

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
GRADO EN PERIODISMO



TRABAJO FIN DE GRADO

***La construcción del héroe mediante el mito político:
Pedro Sánchez, de exiliado a La Moncloa***

Autor: D. Pedro Miguel Portas-Breda Mesquita

Tutora: Dr. Dña. Graciela Padilla Castillo

CALIFICACIÓN OBTENIDA: 10

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

(UCM)

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

El/La abajo firmante **DECLARA** ser el/la autor/a del Trabajo de Fin de Grado que presenta como culminación de sus estudios de Graduado en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, para ser evaluado por la Comisión Evaluadora correspondiente y **desea hacer constancia de lo siguiente:**

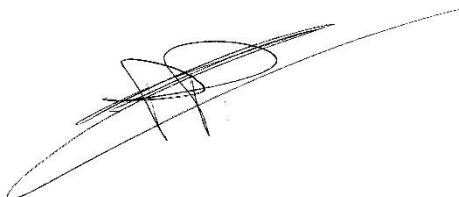
1. **El trabajo es original e inédito** y es producto de su contribución intelectual, bajo la tutela de uno o varios profesores de esta Facultad.
2. **Las figuras, tablas e ilustraciones** que acompañan al trabajo representan fielmente los hechos informados y **no han sido alteradas digitalmente.**
3. **Todos los datos y las referencias** a textos y materiales ya publicados están **debidamente identificados y referenciados en el texto y en las notas bibliográficas.**

Nombre del autor/a: **Pedro Miguel Portas-Breda Mesquita**

Título del TFG: *La construcción del héroe mediante el mito político: Pedro Sánchez, de exiliado a La Moncloa*

Para dejar constancia de lo anteriormente expuesto, se firma esta declaración en Madrid, a 26 de mayo de 2020.

Fdo.:



AGRADECIMIENTOS

Este trabajo no hubiese sido posible sin el apoyo incondicional de muchas personas.

De mi tutora Graciela Padilla Castillo por su inmensa generosidad, lucidez y bondad,

De mis amigos y amigas por creer en mí en todo momento.

De todas aquellas personas que me han inspirado alguna vez.

De mi familia por ser el pilar de mi vida.

Gracias por hacer que me supere día tras día.

RESUMEN

Los mitos políticos son los relatos que producen una identificación político-social entre los miembros de un grupo social. En este estudio articulamos como este tipo de mito se mezcla con la comunicación política para revestir a Pedro Sánchez Pérez-Castejón de un aura heroica. Además, la perspectiva mediática de la travesía política del líder socialista será de gran relevancia para atestiguar la radical importancia que los medios de comunicación ejercen en los imaginarios colectivos.

PALABRAS CLAVE

Pedro Sánchez Pérez-Castejón, Mito, Mito político, Medios de comunicación, *Storytelling*, Comunicación política, PSOE, Héroe.

ABSTRACT

Political myths are the stories that produce political-social identification among the members of a social group. In this study we articulate how this type of myth mixes with political communication to give Pedro Sánchez Pérez-Castejón a heroic aura. Furthermore, the media perspective of the socialist leader's political journey will be of great relevance to testify to the radical importance that the media exercises on collective imaginaries.

KEYWORDS

Pedro Sánchez Pérez Castejón, *Myth*, *Political myth*, *Media*, *Storytelling*, *Political communication*, PSOE, *Hero*.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
1.1. PRESENTACIÓN Y MOTIVACIONES	6
1.2. OBJETO DE ESTUDIO Y JUSTIFICACIÓN	7
1.3. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	8
1.4. HIPÓTESIS E INTERROGANTES	9
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1. EL MITO POLÍTICO. TEORÍAS Y NARRATIVAS	9
2.2. ELEMENTOS PARADIGMÁTICOS DEL MITO POLÍTICO	13
2.3. LA ESTRECHA RELACIÓN ENTRE MITO Y COMUNICACIÓN POLÍTICA	19
2.3.1. El pasado para la construcción del presente	20
2.4. LA FIGURA DEL HÉROE	22
2.4.1. El héroe en la Antigüedad	22
2.4.2. El héroe moderno	24
2.4.3. La forja del héroe actual por los medios de comunicación de masas	25
3. MARCO METODOLÓGICO	26
4. INVESTIGACIÓN	28
4.1. CASO PEDRO SÁNCHEZ	28
4.1.1. Trayectoria política	31
4.2. UNA OPORTUNIDAD INESPERADA. PEDRO SÁNCHEZ Y SU ELECCIÓN COMO SECRETARIO GENERAL DEL PSOE	40
4.3. DE LA SUBORDINACIÓN A LA REBELDÍA. PRIMERA ETAPA COMO LÍDER DEL PARTIDO (2014-2016)	48
4.4. EL CANDIDATO DE LAS BASES. DEL “NO ES NO” AL “SÍ ES SÍ” COMO EJE DISCURSIVO (2016-2017)	66
4.5. LA LLEGADA A LA MONCLOA. UNA ESTRATEGIA PARA SER PRESIDENTE (2017-2018)	80
5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN	87
6. PROSPECTIVAS DE INVESTIGACIÓN	90
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91
8. ANEXOS	101
8.1. SIGLAS Y ACRÓNIMOS	101
8.2. GLOSARIO	102
8.3. TABLA DE ILUSTRACIONES	105

1. INTRODUCCIÓN

1.1. PRESENTACIÓN Y MOTIVACIONES

Desde la juventud, siempre hemos sentido una cierta atracción hacia el mito y, por consiguiente, hacía los héroes. El mito está en estrecha relación con la política actual. Ésta se basa en el mito para construir un relato con un objetivo primordial: convencer. Tratar de persuadir que una persona en concreto es la que reúne todos los valores que en nosotros anhelamos, unos heroicos. El folclore grecolatino supuso la base para el posterior desarrollo de la cultura de Occidente, un proceso de más de tres milenios. Es tanta la influencia que hoy seguimos utilizando un sistema político parecido al de la Grecia clásica.

Si ese sistema ha pervivido es acertado señalar que los mitos que lo acompañan han ayudado en su constante configuración. Desde Ulises hasta la Caverna de Platón. Incluso, podemos sentirnos aludidos, creernos el mismo Ulises buscando Ítaca, el hogar. Cada uno de nosotros tiene una historia personal que bien podría ser la de un héroe helénico. Pero solo unos pocos pueden aspirar a dirigir un país.

La espectacularización de la política no es otra cosa que un fiel reflejo de como los grandes estrategias detrás de los candidatos utilizan una ficción para conformar unos relatos concretos (Rodríguez y Padilla, 2018). La comunicación política se sirve de estas historias y relatos tradicionales para construir la imagen del político. Aunque no todos los políticos reúnen los requisitos necesarios para representar un ideal mitológico. Es por eso por lo que en el mito todo ápice de racionalización se transfiere al plano de la afectividad y de la acción para conseguir un éxito (Sorel, 1908). Así funciona en la esfera mitológica: *la emoción se establece en un escalón superior al de la verosimilitud con el objetivo de cautivar.*

Pedro Sánchez Pérez-Castejón ha sabido capitalizar ese relato mitológico. El actual líder del ejecutivo español ha superado toda una serie de dificultades hasta conseguir el mayor puesto de poder que otorgan los Estados. No hace mucho se le consideraba un político acabado, un ‘león joven’ que desafió a los grandes líderes de su partido y salió perdiendo. Actualmente, es presidente del Gobierno de España. Gran parte del proceso que le ha llevado hasta la Moncloa se debe a una ardua construcción de un personaje resiliente, tenaz, incansable y una serie infinita de calificativos de bravura similar.

Esa construcción del héroe que se enfrenta a la adversidad está presente en toda una cultura ancestral que, como hemos comentado, ha sabido traer hasta aquí la educación grecolatina y más recientemente los grandes medios de comunicación de masas como son: el cine, la televisión, internet, etc.

1.2. OBJETO DE ESTUDIO Y JUSTIFICACIÓN

El objeto de estudio de este documento versa sobre el desarrollo de la carrera política de Pedro Sánchez y el papel jugado por la comunicación política en ella. Este proceso se describe de manera cronológica y veraz con lo acontecido hasta el momento presente. A tenor de las distintas etapas que atraviesa el político socialista, realizamos un profundo análisis de como el mito en sí mismo, su vertiente política, el relato y otros aspectos han dado lugar a que Pedro Sánchez adquiriera un aura de resistencia ante todas las dificultades a las que se ha enfrentado.

Observamos como existe una estrecha relación en la estrategia comunicativa del presidente del Gobierno con diversas idiosincrasias de la mitología. Nos resulta de gran interés alumbrar mayor luz sobre esta cuestión, así como el establecimiento de parámetros que identifiquen de manera más precisa procesos similares en la comunicación política para su posterior estudio y puesta en práctica.

Al ser un hecho reciente, estamos de acuerdo en señalar que está poco explorada la relación entre comunicación política y mitología extrapolada al caso concreto de Pedro Sánchez. Asimismo, el estudio realiza una labor de concreción al apuntar que la figura del héroe es la más similar a la que representa el político madrileño en su travesía en la política española. Por ello se atestigua que este documento resultará de interés debido al gran furor que ha suscitado la comunicación política y estratégica en los últimos tiempos en nuestro país. El misterio que encarnan esas figuras detrás de los grandes líderes occidentales y cerebros de las técnicas de comunicación genera unos sentimientos de atracción a todos los amantes de este tipo de personajes: en la sombra, pero, al mismo tiempo, carismáticos.

Finalmente, resulta interesante mostrar la puesta en valor que supone que este tipo de estrategia comunicativa no sea un molde válido para todos los políticos, sino que los

gobernantes deben poseer una idoneidad en la adaptación de su puesta en escena para generar éxito, aunque éste nunca está garantizado.

1.3. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

A lo largo de este documento nos hemos planteado una serie de objetivos, tantos generales como específicos. La consecución de estos objetivos es primordial para la demostración de lo expuesto en este estudio.

- Objetivos generales:
 1. Demostrar la estrecha relación entre la comunicación política y el éxito del candidato.
 2. Mostrar la conexión de la comunicación política y la mitología en diversas vertientes.
 3. Reflejar la transformación de imagen de Pedro Sánchez en sus diversas etapas.

- Objetivos específicos:
 1. Dar a conocer en mayor profundidad la trayectoria política de Pedro Sánchez Pérez-Castejón.
 2. Entender los mecanismos que se activan en el proceso de traslación de los elementos mitológicos a la comunicación política.
 3. Difundir de manera pedagógica la comunicación política y su impacto en nuestra realidad.
 4. Conocer con mayor exactitud los elementos que dan vida al *storytelling*.
 5. Conectar los distintos ejes teórico-metodológicos del mito y la comunicación política.
 6. Conformar un estudio de la cuestión que dé pie a futuras investigaciones y trabajos de campo de lo que aquí se va a estudiar.

1.4. HIPÓTESIS E INTERROGANTES

Para la formalización y consecución de estos objetivos es necesario el planteamiento de diversas preguntas, que irán siendo contestadas en el desarrollo de este estudio:

¿En qué momento Pedro Sánchez va adquiriendo esa aura de fortaleza y resiliencia?

¿Qué importancia poseen los medios de comunicación en proyectar una imagen determinada de Pedro Sánchez?

¿Hasta qué punto es fundamental el papel que juega la mitología y la construcción de la figura del héroe en el éxito de Pedro Sánchez?

¿Es perdurable en el tiempo la figura que ha proyectado Pedro Sánchez en sus anteriores etapas?

¿En qué medida es paradigmático el caso de Pedro Sánchez en la historia de la comunicación política española?

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EL MITO POLÍTICO. TEORÍAS Y NARRATIVAS

“El porvenir se ocupará de alimentar las masas con ficciones míticas susceptibles de desencadenar y estimular las energías políticas a modo de gritos de guerra” (Mann, 1988). Estas palabras de George Sorel en *Reflexiones sobre la violencia* de 1908, recogidas por Thomas Mann en *Doctor Fausto*, escenifican como, más de cien años después, la representación del mito político en la política actual puede suscitar las mismas pasiones que describe Sorel cuando habla de la huelga general como mito revolucionario por excelencia para el proletariado (Sorel, 1908).

Son palabras premonitorias de lo que sucederá después: mito de la raza aria, mito judío o mito de conformación y esencia del Daesh entre otros. Estas manifestaciones pueblan los relatos políticos exitosos de los siglos XX y XXI. En este siglo también encontramos ejemplos que utilizan el mito para la configuración de los relatos políticos, con el objetivo principal de capitalizarlo. *Es el caso de Pedro Sánchez Pérez-Castejón, quien sabrá perfectamente conciliar el mito en su relato político.*

Por otra parte, Antonio Gramsci escribe en sus *Notas sobre Maquiavelo* acerca del mito basándose en Sorel:

El Príncipe de Maquiavelo podría ser estudiado como una ejemplificación histórica del “mito” *soreliano*, es decir, de una ideología política que no se presenta como una fría utopía, ni como una agrupación doctrinaria, sino como la creación de una fantasía concreta que actúa sobre un pueblo disperso y pulverizado para suscitar y organizar su voluntad colectiva (Gramsci, 2003: 10).

Para la tradición ideológica marxista y revolucionaria posterior, el mito se constituye como un elemento dañino y corrosivo de la política. De acuerdo con Cisneros Torres (2012), en la intelectualidad política ilustrada del siglo XX hay un desprecio epistemológico palpable en estas palabras de Roland Barthes:

El mito político es enmascaramiento, modo de enunciación del que se vale la ideología burguesa para justificar su orden; lo opuesto, en consecuencia, a la política porque ésta es considerada como conjunto de relaciones humanas en su poder de construcción, como praxis revolucionaria, es decir transformadora de la realidad (Barthes, 1991).

Para Ramírez y Santos (2018), el mito, proveniente del griego *mythos*, será entendido como aquello que denota palabra, discurso, narración o relato. Su dotación de sentido estará enmarcada por su muestra ante un modo de realidad histórico-cultural concreto. De estas palabras se desprenden cuáles son los elementos paradigmáticos que conforman el mito, tema que será abordado ulteriormente. Cabe destacar como primordial en esta definición del mito el término de **dotación de sentido**. Es decir, el mito solo puede ser entendido si a quien va dirigido le concede un significado determinado. El mito posibilita la interpretación de una realidad de forma comunitaria y no desde una forma solitaria del mundo (Ramírez y Santos, 2018). Siendo así, un mito adquiere un significado mayor si un estrato social se viera identificado con él.

De acuerdo con las interpretaciones de Lévi-Strauss (2012), y tal como apuntan Ramírez y Santos (2018), el mito puede asumirse: primero, como una objetividad de la experiencia social del hombre; segundo, como aquello que se origina en la ambigüedad del lenguaje y, siguiendo esta lógica, por último, como aquel espacio en el que su conocimiento no es una simple imitación de los objetos, sino aquello que los construye y los crea. Podemos deducir que el mito se comporta como un espacio de conocimiento progresivo a través del logos y que tiene como pilar el rol del individuo en su interpretación personal. Definición y reflexión que acumulan las características icónicas del mito en su representación en la sociedad.

Resulta fundamental para que exista el mito que éste contenga un significado, una interpretación maleable según el contexto social de los individuos. Un mito no es una historia definitiva dada por alguien en concreto. Es el caso del mito de Ulises, que tiene numerosas interpretaciones (Bottici & Kührer, 2012). Queda implícito que en el propio concepto de mito existen y cohabitan numerosas versiones y el propio mito es el proceso de elaboración de estas diversas variantes (Bottici & Kührer, 2012).

Además, para estas autoras, el mito debe tener una **necesidad de significado**, puesto que las personas tenemos que dotarle de un significado a todo lo que percibimos. Éste se constituye mediante la formación de la narrativa del mito. Para que un mito tenga un fondo y forma que ayude a ser interpretado es necesario que esté dispuesto en un formato que dé pie a un máximo entendimiento, de ahí el uso de la narrativa.

El mito tiene un carácter narrativo. Es una articulación secuencial de eventos que imprime un sentido y da significación a la experiencia política del presente (Souroujon, 2013). Souroujon comparte esta idea con los autores anteriormente mencionados: esa bisagra central que supone el hecho de aportar una significación concreta al mito. Esta obligación de responder significativamente al presente es el elemento central que distingue al mito de la historia, cuyo objeto está situado en la reconstrucción veraz del pasado (Souroujon, 2013). Esa narrativa es de utilidad de cara a la explicación de fenómenos producidos en el presente. *El mito se articula como un elemento hermenéutico atemporal.*

Queda claro por tanto que, para los teóricos del mito, éste debe poseer un significado adquirido y dotado por los individuos o por el grupo social, al estilo del carisma *durkheimiano*.

Cabe destacar como, al igual que indicamos la importancia de la acción de dar un significado al mito, la narrativa es el propio eje de éste, puesto que habilita a dar un sentido al momento presente. Como dijo Ricœur (2000), la narratividad señala, articula y aclara la experiencia temporal. En el mito esta secuencia temporal es de vital importancia de cara a delimitar las distintas fases que atraviesan los personajes que participan en el relato, así como el protagonista de éste.

¿Qué es en concreto un mito político? El mito político se adscribe y fluye en una narrativa común, la cual garantiza significado a unas condiciones políticas y experiencias de un determinado grupo social (Bottici & Kührer, 2012). Rechazan estas

autoras la idea que se había mantenido en estudios anteriores acerca del mito político, donde se definía por su aclamación de la verdad absoluta y por su propio contenido. Estas dos variables no separan al mito de la simple narrativa. Algo que choca con el mito *soreliano* de la huelga general, que se constituía como la máxima expresión de identificación del proletariado. *Esto nos hace indicar que el punto principal que separa el mito común del mito político es su papel en la identificación político-social que provoca en un determinado grupo.*

El mito político pone entre paréntesis el hecho de la veracidad, su razón de ser es la construcción de un argumento coherente que de sentido al presente reconfigurando los eventos de tal manera que la narrativa adquiriera un carácter tecnológico necesario (Souroujon, 2013). El mito político también tiene sus fallas. Según lo dispuesto, las diversas interpretaciones que se pueden hacer dependen del grupo social al que se exponga dicho mito. Además, la replicación del mismo mito en el tiempo no tiene los visos de ser exitosa. Como hemos comentado, las condiciones políticas y sociales varían y sería necesaria una reconfiguración del mito para adecuarse a cada momento presente en particular.

En la misma línea se encuentran Bottici y Challand (2006) que aducen al momento en el que un determinado mito político deja de tener significado para un grupo social en concreto. Puesto que las circunstancias sociales de cada persona son volubles, el mito político tiene una fecha de caducidad en la cual deja de surtir efecto. El mito político se integra de distintos elementos que conforman su estructura. Estos componentes actúan de manera diversa para cada situación ayudando a crear una trazabilidad coherente y lo más prolongada posible en el tiempo.

Della Sala (2016) se apoya en las clasificaciones de Lincoln y Eliade para establecer una dicotomía a la hora de diferenciar el mito político. En primer lugar, tenemos *los mitos con arco*, que se refieren a las historias principales de la fundación y existencia de una comunidad política. Los restantes son los denominados *mitos derivados*, que se definen por ser los que proporcionan vías de entendimiento para comprender el porqué de la existencia del grupo y el marco donde se desarrolla esa existencia. A partir de esta tipología será más fácil su extrapolación a las diversas situaciones políticas de los estados.

2.2. ELEMENTOS PARADIGMÁTICOS DEL MITO POLÍTICO

Como hemos comentado, el mito político reúne una serie de elementos que se antojan paradigmáticos en su conformación. El mito político se sirve de estos estratos para existir. Cada uno de ellos se da en solitario, pero nunca llegan a ser algo más si no se unen en la construcción del producto final.

Los mitos políticos en particular poseen una característica que los hace diferentes al resto de mitos. Tienen una capacidad para ir transformándose en el transcurso de periodos largos de la historia, respondiendo a la necesidad de seguir dotando de significancia a un presente movedizo (Souroujon, 2013). Esto estaría en contraposición con lo expuesto anteriormente por Bottici y Challand (2006).

Por eso es necesario remarcar que esta característica, conocida como **mitopoiesis** (Doty, 2000), se da en grandes extensiones temporales y está perfectamente ligada a la aseveración propuesta por nosotros del mito como elemento hermenéutico atemporal. Blumenberg (2003) estableció respecto a la mitopoiesis un paralelismo entre los mitos según el momento histórico: *pese a que cambian, el eje de la narración es el mismo y el resto es ampliamente modificado y variado según el contexto*.

Esta capacidad de transformación es lo que los hace tan efectivos si su utilización es la correcta. Para que resulte exitosa su aplicación, según Bottici y Challand (2006), se tienen que dar tres supuestos esenciales que hemos visto con anterioridad: en primer lugar, el mito tiene que reproducir un **significado** para su entendimiento; en segundo lugar, este tiene que ser **compartido por el grupo** y así va replicándose, de ahí la gran variedad de interpretaciones existentes en los mitos políticos y, por último, éste se tiene que **ajustar a las condiciones políticas específicas** en las que vive el grupo.

Conocemos una diversidad de mitos bastante amplia. Es seguro que muchas de las que consideramos historias simples son mitos modificados a lo largo del tiempo. En mitos políticos como el de la construcción de la identidad nazi o, más reciente y cercano, el mito de la Transición española, se dan las claves que les otorga la etiqueta de *mitos políticos*. Todos encierran una fuente simbólica abundante proporcionada por los propios **símbolos**. El símbolo se refiere a un sentido, a un significado imperceptible, estableciendo una relación que elude las convenciones y la arbitrariedad (Durand, 2007). De acuerdo con las palabras de Durand (2007), toda la simbología política tradicional como son: la bandera, el escudo, el himno o la gestualidad de facciones

políticas, responden a algo intangible que desata en los colectivos sentimientos fuera de los límites de lo racional.

Antes de que nuestras sociedades adoptasen el monoteísmo, en casi todas las religiones existentes los cultos eran dedicados a más de una deidad. Para adorar a estos dioses se realizaban una serie de **rituales** que servían de puente para conectar con ellos. En el mito político estos rituales son el punto de partida para la conformación de estos como su base estructural. Marc Abélès, en su obra sobre François Mitterrand (1988), analiza dos de los rituales del expresidente de la República Francesa:

El ritual es una combinación de palabras habladas, actos significantes y objetos manipulados, que se comportan como símbolos de la relación entre poder político y la sociedad. Constituido por divisiones y repeticiones, el ritual es una conjunción de microsecuencias que lo inscriben en un universo distinto al cotidiano (Abélès, 1988).

Siguiendo estas palabras, el ritual actúa a modo de repetidor del mito político: amplía e intensifica su alcance, lo solidifica y le da el empaque necesario. Según Marc Augé (1998: 88) el ritual es un dispositivo con finalidad simbólica que forma las identidades relativas a través de las alteridades mediadoras. El rito constituye, en consecuencia, un mecanismo por el cual se integran en el orden simbólico las alteridades mediadoras, sin anularse o perderse, al establecer un referente superior de encuentro dado por la común pertenencia al factor identitario (Serrano y Miranda, 2017). Es interesante desgarnar el concepto que traen a colación estos tres autores de **alteridades mediadoras**. Es decir, la concepción que tienen los otros sobre el propio grupo.

Las prácticas rituales son eminentemente simbólicas pues mediatizan mediante posturas, gestos o palabras una relación con una entidad no sólo ausente, sino imposible de percibir, inaccesible salvo por el símbolo mismo (Maisonneuve, 2005: 10). Al ser un elemento por sí solo, las entidades a las que va dirigido el ritual no son tangibles. Necesitan del resto de componentes del mito político para su extrapolación a realidades concretas y materiales.

Para Ernst Cassirer (2018), el rito es anterior al mito y el mito es tan sólo una interpretación de los ritos. Ahora parece un principio generalmente admitido que el rito es en algún sentido anterior al mito, que en orden a comprender la naturaleza del mito siempre hemos de comenzar estudiando los rituales. El rito siempre es un fenómeno social, no individual (Cassirer, 2018). Es palpable en la disciplina y el mundo

académico el señalar este carácter social del mito y sus componentes. Tal como han ido apuntando los distintos teóricos, ese componente de transmisión comunitario se inicia en los rituales, donde participan todos los miembros de las sociedades primitivas.

De acuerdo con lo estipulado por numerosos autores como Souroujon, Bottici, Kühner o Blumenberg, la **narración** es la clave de bóveda que conecta y hace posible la anexión del resto de componentes del mito político. Éste estuvo presente en la explicación de las realidades helénicas clásicas, la realidad ininteligible e inefable era interpretada a través del mito y en su momento y sin una perspectiva histórica debidamente documentada, se trataban como simples narraciones.

Antes de la universalización de la escritura, el modo de transmisión de las culturas era el modelo oral. Altamente ligadas por los rituales, estas culturas explicaban su origen mediante la enseñanza por medio de la palabra las diversas narraciones variopintas de sus momentos fundacionales. Como apuntaban Bottici y Kühner (2012), la narración del mito de Ulises difiere según quien cuente la historia. Esa tradición oral posibilitó esos cambios narrativos que siguen vigentes hoy; puesto que con el paso a la racionalidad como vía de explicación de los fenómenos, el mito pierde fuerza (Ramírez y Santos, 2018). Su narratividad, pese a fantástica, sucumbe al imperio de la razón y se hace una. Sólo puede existir una explicación de lo que acontece.

Las distintas versiones de un mismo mito escenifican la riqueza de éste. Pese a que son distintas, todas ellas encierran el mismo relato que proporciona una interpretación de lo que ocurre. El secreto del éxito narrativo que poseen los mitos políticos reside en esa mitopoiesis. Para Kranert (2018: 6) la mitopoiesis es un elemento narrativo de legitimación. Estas narraciones tienen que poseer también un arraigado componente ideológico y que sustentará la mitología política (Flood, 2002). *Es evidente que ese rasgo no está plenamente enraizado hasta el siglo XX, donde las ideologías políticas ya han atravesado un proceso de anexión en los imaginarios colectivos de las poblaciones.*

Las ideologías que más se sirvieron de estos mitos políticos fueron el fascismo, el nazismo y el comunismo, tal como hemos comentado con anterioridad. Estos modelos de pensamiento que se extendieron en los albores del siglo pasado se valieron de estas narraciones fantásticas como alentador de las masas enfervorecidas.

Esta narratividad llega a los discursos que observamos y consumimos actualmente de los principales candidatos al liderazgo de las naciones. La narración es articulada de

manera principal para la recreación de los logros pasados y los éxitos conseguidos por un partido político o un candidato.

El discurso pasa a formar parte del mito político de una manera contemporánea. Posee múltiples definiciones, según la tipología propuesta por Bloor & Bloor (2007: 6-7) y aceptada por Hidalgo Tenorio (2011: 3). Éstas son:

- Discurso-1: es la principal unidad lingüística de descripción, fenómenos, morfemas, palabras, frases, cláusulas, oraciones y textos.
- **Discurso-2:** es una muestra del uso del lenguaje generalmente escrito para ser hablado, como un discurso.
- Discurso-3: referido a la comunicación esperada en un contexto de campo y registro, como un discurso jurídico o médico.
- Discurso-4: es la interacción humana en todos los sentidos, verbal y no verbal.
- Discurso-5: es solo la interacción hablada.
- Discurso-6: abarca todo el elemento comunicativo.

La definición más exacta para nuestro objeto de estudio es la que entiende *el discurso como la muestra del uso del lenguaje referida al propio discurso*. Según van Leeuwen (2009: 144), y recogiendo la definición de Foucault, el discurso envuelve unas condiciones y sirve para unos intereses sociales y/o históricos en un contexto determinado. En esta vía nos acercamos más a lo que ha supuesto y supone el discurso político en la propia construcción del mito político.

De acuerdo con Piñuel, Gaitán y Lozano (2017), los discursos deben poseer una dualidad que les permita ser entendidos por el otro y que este otro entienda, a modo de acuerdo implícito, que ese discurso contiene visos de ser válido dependiendo de la honestidad empleada en construirlo:

Este acuerdo debe ser común al grupo y a una comunidad, porque las prácticas sociales y cognitivas se reproducen según patrones propios del sujeto genérico, que son los que están en la base del discurso social, el cual a su vez no tendría sentido sin grupo, sin comunidad y sin comunicación social (Piñuel, Gaitán y Lozano, 2017).

Estos autores ahondan en una de las ideas de mayor relevancia en este estudio, la importancia del carácter social que debe tener la comunicación de los discursos para su propia existencia y, por ende, la del propio mito político.

De acuerdo con Bermúdez & Choi (2013), y siguiendo la estructura que realiza Jacques Rancière acerca del discurso, podemos decir que “el habla política produce un cortocircuito en el orden simbólico que regula una comunidad –o, en términos de Rancière, en el *reparto de lo sensible*– es decir, se define como la irrupción de una palabra que plantea una nueva distribución y articulación de los cuerpos y de los actos enunciativos”.

En nuestra investigación abordaremos cómo Pedro Sánchez a través de la formulación de una premisa concreta y concisa, y de acuerdo con lo dispuesto por Bermúdez & Choi (2013), supo capitalizar el descontento de un amplio sector de las bases del PSOE, contexto que ampliaremos en el apartado dedicado a la investigación.

Fundamentar esta idea-fuerza y observar sus derivaciones requiere seguir un recorrido argumentativo que atienda a la definición misma de lo político y a tópicos que conciernen a la enunciación en general y al habla política en particular (Bermúdez & Choi, 2013). Esa distinción es lo que fundamenta el discurso político en sí mismo del resto de piezas discursivas.

El discurso político se ha tornado en la política moderna en un pilar básico para el éxito del candidato, pero por si solo tiene un efecto efervescente. Necesita de unas acciones continuadas que tracen un recorrido completo, al estilo de una narrativa con su inicio, nudo y desenlace. Hablamos del **relato** y su influencia en la conformación del mito político. Relato y narración son dos términos similares, pero no iguales. El relato se antoja como el elemento matriz que contiene la narrativa, es la historia que queremos contar, podría ser el mito en sí mismo. Mientras, la narrativa se articula como ese canal donde fluye el relato en términos lingüísticos.

El *storytelling* es esa historia que va a dirigir el mito en la comunicación que quiera llevar la personalidad política correspondiente. Salmon (2010) asegura que el *storytelling*, o el arte de contar historias, es una técnica eficaz de la comunicación política, de control de poder, hasta tal punto que hoy la política ya “no consiste en resolver problemas económicos, políticos o militares, debe dar a la gente la posibilidad de mejorar su historia”.

“No es casual que en política se apueste por el *storytelling*, teniendo en cuenta que el ser humano entiende, reconoce el mundo y se reconoce a sí mismo en él a través de historias” (García y Simancas, 2017: 143). De acuerdo con García y Simancas (2017),

esto viene estrechamente relacionado con la idea del mito político como herramienta de gran alcance a la hora de realizar una buena comunicación política. Además, González y Pavón (2017) aseveran que el *storytelling* no estimula particularmente el debate de ideas, que puede ser un elemento imprevisible y peligroso, sino que intenta regular las emociones de los electores.

Estos se antojan los elementos paradigmáticos del mito según las investigaciones realizadas hasta el momento. Los símbolos como convenciones ligadas a la historiografía de un país, partidos políticos o personalidades concretas. El ritual entendido como un *protomito* de carácter eminentemente simbólico y punto de partida de lo que más tarde se denominaría mito. La narración y la narratividad se muestran como hilo conductor de las historias y esencia del mito, modificable a lo largo del tiempo, esta versatilidad ayuda la prevalencia de los mitos a lo largo de la Historia. El discurso es la pieza central de la narrativa que compone el mito político, como unidad básica lingüística tiene que poder reunir toda una serie de características a la hora de formarse para que pueda surtir efecto en su lanzamiento a la sociedad. Por último, el relato es la vía donde discurre todo lo anterior, la forma del fondo. La infraestructura que contiene todos los engranajes que activan un correcto funcionamiento.

En una sociedad *transmedia* e hiperconectada como la que ha alumbrado la última década, los medios de comunicación tienen un rol importante en dar a conocer estas historias que la comunicación política trata de construir apoyándose en el mito político y sus vertientes. La espectacularización democrática, o *politainment*, es vital en la comunicación política, inspirada por la ficción, y viceversa (Rodríguez Vidales y Padilla Castillo, 2018). Este papel decisivo de la política espectáculo será visto con posterioridad.

Como hemos mantenido, el mito es un elemento hermenéutico atemporal y como herramienta ligada a la hermenéutica, es capaz de dar una interpretación y explicación a fenómenos concretos, incluidos los ligados a la propia política. También puede abordar materias culturales, filosóficas o de la propia existencia como exponen Ramírez y Santos (2018):

En este sentido, la relación entre vida, mito, cultura y filosofía toma forma, ya que el mito es entendido como espacio en el que se clarifican los acontecimientos de la naturaleza a partir de los diferentes elementos proporcionados por dichas narraciones, una manifestación del sentido de la existencia.

2.3. LA ESTRECHA RELACIÓN ENTRE MITO Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

Como hemos venido defendiendo durante todo este estudio, el mito político está presente en la comunicación política actual más que nunca. En palabras de Bennett (1980: 169):

Los mitos están en la base de los procesos primarios de pensamiento. Éstos están caracterizados por estar sujetos a la proyección, la imaginación, la fantasía, la incorporación de imaginario no verbal, un elevado contenido emocional, una fácil conexión de diversas ideas, el fallo de fabricar importantes supuestos y la generación de múltiples niveles de sentido.

Todas estas características que aduce Bennett (1980) a los mitos están presentes, además de en el propio mito político, en los relatos que se crean en la comunicación política partidista y del candidato en concreto. A través de los grandes canales de comunicación, las historias construidas desde los gabinetes son emitidas diariamente en forma de fascículo. D'Adamo y García Beaudoux (2012) ofrecen tres tipos de relatos diferentes: relato desafío, conexión o creativo.

El relato *desafío* es aquel que narra el triunfo de la voluntad frente a la adversidad y, según estos autores, es utilizado en comunicación política para generar emociones (Simancas y Pavón, 2017). Durante la investigación acerca de Pedro Sánchez abordaremos con mayor profundidad la utilización de este tipo de relato. El relato de conexión busca empatizar y establecer puentes en común con aquellos que están pasando momentos de dificultad y sufrimiento. El relato creativo busca cambiar el marco, en términos de George Lakoff (2007), generar una historia que narre un cambio producido por quien defiende estas consignas.

El relato, la infraestructura del mito político, es el encargado -en un ingente número de casos terminológicos- de introducir el mito político en la comunicación política. No siempre son los mitos nacionales y los legitimadores del propio país los utilizados, sino que las historias personales, la extrapolación de la figura del héroe helénico al candidato o la humanización del personaje político pueden ser estrategias comunicativas que integren el mito político en sus avatares.

Estas historias personales o la dotación de cualidades al candidato a través de las herramientas que dispone la comunicación política pueden crear una imagen del político

en cuestión. Oliva, Pérez-Latorre y Besalú (2015) establecen una dicotomía relativamente antagónica de imagen del candidato:

- **La construcción del candidato como individuo extraordinario:** se crea en torno al candidato una imagen de estrella, con un culto intenso a la estética, la apariencia, su forma de vestir o el atractivo físico.
- **La construcción del candidato como individuo ordinario:** a este respecto los autores señalan estas características apoyándose en Corner (2000) y Langer (2010):

Se detecta un aumento de la proyección estratégica de tres elementos de la esfera privada de los candidatos que subrayan su normalidad (Corner, 2000; Langer, 2010): vida familiar, estilo de vida y apertura emocional, elementos que, como veremos, son también centrales en la construcción de la imagen de las estrellas mediáticas (Oliva, Pérez-Latorre y Besalú, 2015: 4).

Esta imagen que se aduce a las estrellas mediáticas y que intentan replicar los políticos son cualidades homólogas a las que representaban los héroes protagonistas de los mitos políticos que conocemos, pero adaptadas a los tiempos de hoy.

2.3.1. El pasado para la construcción del presente

Es conocida la frase de Pierre Vilar (1980) acerca de la Historia. “Hay que conocer el pasado para entender el presente”. También podemos recordar a Nicolás de Maquiavelo en esta cita del siglo XVI: “Todo aquel que desee saber qué ocurrirá debe examinar qué ha ocurrido: todas las cosas de este mundo, en cualquier época, tienen su réplica en la Antigüedad”. En este estudio hemos recalcado en más de una ocasión la importancia del progreso y trayectoria histórica que sigue el mito hasta nuestros días. El mito político contemporáneo está basado, en su gran mayoría, en formaciones y momentos fundacionales de las naciones y los estados, como recordamos con anterioridad.

En la Alemania nazi, el recuerdo del pasado para entender el presente es fundamental en el ideario nacionalsocialista. Según Uribe Botero (2013), “la realización de la ideología nazi no solo requiere del movimiento racista; aquella y el propio movimiento requieren de la recurrencia a un pasado remoto y fundacional para asegurar su dirección hacia el futuro”. El mito político y el nazismo mantenían una relación estrecha. “Estos relatos, más bien, fueron puestos al servicio de la unión social; en términos más precisos, al servicio de la constitución de una comunidad identitaria” (Uribe Botero, 2013; Esposito, 1996: 95-96; Lacoue-Labarthe y Nancy, 2002: 39).

Himmler recurrió al mito para convencer a los soldados de las SS de que la raza aria era la elegida para llevar a la Humanidad al siguiente nivel. Empleó un mito político fundacional, de acuerdo con la clasificación que se ha mencionado. Así lo muestra Uribe Botero (2013: 11):

A través de la narración del mito fundacional y ante los soldados de la SS, se reproducía una y otra vez la leyenda según la cual hace miles y miles de años hubo un encuentro entre los extraterrestres y los terrícolas que dio lugar al mejor de los tipos raciales.

Vale la pena rescatar en este punto la cita que hacíamos a García y Simancas (2017: 143) al hablar del *storytelling*: “No es casual que en política se apueste por el *storytelling*, teniendo en cuenta que el ser humano entiende, reconoce el mundo y se reconoce a sí mismo en él a través de historias”. A través de estas historias de un supuesto pasado ficticio se consiguió convencer a todo un país de seguir un ideario, en gran parte gracias al mito político.

El caso alemán es el más conocido, no solo por su impacto en las sociedades posteriores a la Segunda Guerra Mundial, sino también por la cercanía geográfica o ser objeto de estudio en la educación. Sin embargo, el conjunto de las naciones tiene, en mayor o menor intensidad, un conjunto de mitos políticos de superioridad nacional y de distinción del otro, en términos de Zygmunt Bauman. De acuerdo con Potter (2012), el filósofo mexicano Samuel Ramos estableció categorías de qué significaba ser mexicano, realizando distinciones entre los que poseían cualidades innatas para ser más mexicano que otro. Después, Octavio Paz (1993) establecería el término de “máscaras mexicanas” basándose en Ramos (1951) para señalar a aquellos impostores de la verdadera identidad mexicana.

Establecemos esta dicotomía por su carácter ilustrativo. Ambos países comparten una secuencia histórica similar, no solo cronológica, sino también en el resultado. Si Alemania era una nación que sintió una humillación por parte del resto de países y eso creó una situación político-social más proclive al éxito del mito político fundacional, sucedió lo mismo en México. Tras décadas de luchas, México tuvo la necesidad de fabricar una identidad para una sociedad totalmente nueva. Recurrió a un mito político diferenciador y de marcado carácter identitario. Se exponen estos dos casos, pero son infinitos los ejemplos de países que mantienen sus mitos políticos fundacionales intactos para la interpretación del presente.

2.4. LA FIGURA DEL HÉROE

Hasta el momento, el objeto de estudio se ha centrado en entender el mito político como vía para el entendimiento de la realidad, de los fenómenos concretos en general y de la comunicación política en particular. Pero todo mito político, sea en su vertiente original o en la del empleo en el candidato, debe tener un protagonista, un héroe o heroína que asuma el rol principal de la historia.

En la búsqueda del héroe suele partirse del mito, puesto que la mitología se concibe como el relato del héroe. Allí donde hay mito, hay héroe: tal es la premisa que subyace a todos nuestros encuentros con lo heroico o *heroificado* (Osés, 1995). El héroe es el que salva algún impedimento para poder vivir, una figura que abre la realidad sea hacia fuera sea hacia dentro, o bien complementariamente quien defiende la realidad salvaguardándola de su destrucción o decadencia (Osés, 1995). Héroe es también, en términos de Borges y de acuerdo con Del Valle (2013): “Aquel que, en el ejercicio pleno de su libertad individual, decide actuar motivado por sus propias convicciones y no condicionado en cambio por un grupo colectivo”.

Nos basamos en la clasificación que realiza Osés (1995) para establecer las tres etapas que atraviesa el héroe en su trayectoria:

- Primer momento: **Preliminar** —la separación de la vida ordinaria.
- Segundo momento: **Liminar** —enfrentamiento de la otredad, envés o reverso de la existencia.
- Tercer momento: **Posliminar** —retorno a la vida cotidiana.

A lo largo de la Historia, el héroe ha reunido una serie de capacidades que han estado presentes siempre en cada etapa, el principal exponente del cambio ha sido el canal donde ese personaje llegaba a sus vecinos, a las masas y más recientemente a la ciudadanía de los estados.

2.4.1. El héroe en la Antigüedad

Como hemos destacado en más de una ocasión, los héroes grecolatinos son los que copan los relatos más conocidos que han sobrevivido en la actualidad. El primer caso es el de Ulises, para Alvarado (2013): “Ulises, el primer héroe viajero de Occidente, parte

hacia su periplo por el Mediterráneo con la obsesión siempre presente de la vuelta a casa”. En el poema épico de Homero, Ulises, tras luchar en la Guerra de Troya, regresa a Ítaca, su hogar. Durante esta travesía se enfrenta a multitud de problemas en su intento de regreso a casa, pero se antepone a todo utilizando su pericia y con diversa ayuda de aliados. Alvarado (2013) expone que, a lo largo de toda la epopeya, sobrevuela una idea principal: el regreso de Ulises a Ítaca con Penélope y Telémaco. De acuerdo con Alvarado (2013) y primando el objeto de nuestro estudio, rescatamos una reflexión acerca de lo que le ocurre al héroe al cumplir su objetivo:

Estructuralmente el argumento del regreso del héroe ordena los motivos según una secuencia que comienza con la tendencia del héroe por volver a la aventura tras no ser reconocido y sentirse desplazado en el hogar, para posteriormente admitir su lugar en la vieja patria y hacerse de nuevo un hueco no sin lucha contra otros contrincantes y ganándose el reconocimiento de la familia, especialmente de los hijos, como padre presente y no como figura del recuerdo (Alvarado, 2013).

El poema épico u epopeya es el gran escenario donde se universalizan las gestas de los héroes. En España primó más el cantar de gesta, el más famoso en la literatura española es el *Cantar de Mio Cid*. Rodrigo Díaz de Vivar es el protagonista y el héroe por antonomasia de la Reconquista. En esta obra nos interesa dotar de mayor importancia la etapa del destierro y su posterior vuelta al reino. De acuerdo con Saracino (2013), el conflicto entre el héroe y la figura de autoridad es palpable en las andanzas del guerrero castellano. Pese a que la relación con Alfonso VI fue buena en un inicio, tiempo después acabó siendo desterrado por el rey por partida doble. Narra el cantar que consiguió recuperar la confianza del monarca por la bravura de sus hazañas en el campo de batalla y su eterna lealtad para con el reino. Esto se dio ya en su época de madurez, que dista enormemente de su etapa de desacato juvenil a toda autoridad.

“Este movimiento nobiliario opositor asume un posicionamiento político de signo reaccionario que le permite apropiarse de símbolos ideológicos lo suficientemente indiscutibles y al mismo tiempo maleables como para relacionar su lucha particular” (Saracino, 2013). Será importante recuperar esta cuestión en nuestra investigación acerca de Pedro Sánchez. Saracino (2013) vuelve a incidir en esta idea: “Estos rasgos serán retomados a lo largo de los siglos con variados objetivos políticos, en función de ilustrar diversos modos de apropiación de los símbolos identitarios propios de la comunidad”. Por último, Saracino (2013) recoge esta reflexión acerca del héroe en el mito político: “El joven noble rebelde condensa en el relato mítico esa fuerza

desmesurada que enfrenta y fuerza los límites de la estructura sociopolítica, una fuerza que funciona como peligrosa y a la vez salvadora”.

Esta lucha particular contra un antagonista más poderoso siempre suscita atracción para quien llega a ella por primera vez, es por eso importante recalcar una dualidad de David contra Goliath, es un constante en este tipo de narraciones.

2.4.2. El héroe moderno

La figura del héroe moderno está muy ligada a lo acaecido en el siglo XX. Es innegable que en el siglo XIX también hay figuras de gran valor, pero la industria cultural, en términos de la Escuela de Frankfurt, no ha producido obras de manera incesante sobre lo ocurrido en esos cien años. Son innumerables las películas dirigidas a ensalzar la victoria de los intangibles occidentales: la democracia, la libertad, la justicia o la igualdad. Nos muestran, en repetidas ocasiones y de una manera personificada, figuras prominentes y sus decisiones, que cambiaron el rumbo de la historia para que reflexionemos: son héroes.

Si hay una característica que resalte la figura del héroe moderno es la de reponerse a la adversidad. Cuando todo está perdido, sus decisiones terminales producen el efecto deseado, allí donde otros no veían solución:

La redención del mito político se produce en los héroes individuales, quienes conservan encendido el ánimo de la nación durante un periodo oscuro. Afirmando tanto la anomalía que sufre la nación, como los grandes valores que la forman; esto se convierte en una línea política justificada como así sus decisiones (Della Sala, 2016).

Los ciudadanos depositan toda su confianza en la brillantez de su líder político. Cuando antaño era el guerrero, hoy es el representante público quien encarna los ideales de fortaleza que desencadena la actitud heroica, si falla podrá incluso ser considerado como mártir. Tal como recogen Kranert (2013) y Della Sala (2016), los héroes del pasado están personificados en personalidades políticas nacionales que ofrecieron una visión de su altura política más allá de sus fronteras. Algunos ejemplos son: Winston Churchill, Willy Brandt, Konrad Adenauer, Robert Schuman o Alcide de Gasperi.

En España se ha establecido en la figura del rey emérito Don Juan Carlos de Borbón su papel heroico en frustrar el fallido Golpe de Estado del 23 de febrero de 1981, todo enmarcado bajo el ya comentado mito de la Transición española (Murillo Luna, 2015). El canal para reproducir el mensaje que desencadenaría el fin del golpe militar fue

retransmitido por televisión a todos los hogares españoles, lo que supone un inicio de como los medios de comunicación de masas desempeñan un papel fundamental en la forja del héroe actual.

2.4.3. La forja del héroe actual por los medios de comunicación de masas

Tanto en la Antigüedad como en la modernidad, los héroes cumplían una serie de características comunes, pero a su vez distantes debido al contexto donde se produjeron los hechos. En la época actual y en la sociedad hiperconectada, transnacional y *transmedia*, la acepción del héroe clásico se difumina y se abre el abanico a más características que las tradicionales para asignarle a alguien una personalidad heroica.

Un ejemplo lo encontramos en la filmografía de Ken Loach. El cineasta británico trata de poner en valor a aquellos olvidados de la globalización. Genera una empatía hacia ellos por la lucha que mantienen ante todas las dificultades que padecen para hacerse hueco en esta nueva realidad. González, Trigos y Alvarado (2014) recogen en su estudio sobre el filme *La parte de los ángeles* la clasificación que realiza Christopher Vogler, siguiendo a Campbell, sobre los doce pasos que todo héroe sigue en la mitología y de los que continúa bebiendo actualmente, al estilo de la tipología que establecimos de Osés (1995):

1) Son presentados en un mundo ordinario. 2) Reciben la llamada de la aventura. 3) Dudan al comienzo o rechazan la llamada. 4) Son animados por un mentor. 5) Cruzan el umbral y penetran en el “Mundo Especial”. 6) Encuentran pruebas, aliados y enemigos. 7) Se encaminan hacia la gruta abisal. 8) Afrontan la prueba suprema. 9) Se apoderan de su recompensa. 10) Son perseguidos en su camino de regreso hacia el mundo ordinario. 11) Quedan transformados por la experiencia. 12) Regresan con lo conseguido al mundo ordinario.

Como hemos mencionado, la capacidad del héroe se demuestra en los momentos de máxima tensión, donde una decisión puede alterar la vida de millones de personas de una manera nunca vista. En situaciones de excepcionalidad los medios de comunicación poco afines a un líder político pueden respaldar a este individuo e, incluso, hacerlo paladín de todas las causas inmateriales. Gordillo (2004) lo muestra en la manera que *El País* forjó la imagen de Bush como héroe del mundo libre:

Pero dada la excepcionalidad de la situación y la amenaza de “Quien no esté conmigo, está contra mí”, el diario no tiene más remedio, o asume el deber, de seguir la corriente informativa

internacional. Hecho por el cual se ve necesariamente reforzada la imagen de Bush, y se muestran numerosos esfuerzos por convertirlo en un héroe internacional (Gordillo 2004: 17).

George Bush consigue generar, a través de los medios de comunicación nacionales e internacionales, afines o no afines, una imagen de héroe redentor de Occidente frente al terrorismo islamista sanguinario. Una imagen forjada a conciencia por los medios de comunicación hacia George Bush, político al que se le acusaba de no reunir ninguna de las capacidades de liderazgo que debe poseer un presidente de los Estados Unidos de América (Gordillo, 2004). Como en toda historia heroica debe existir un antihéroe, el villano que somete a los inocentes:

Y para conseguir estos personajes juegan un papel intencionadamente importante los titulares, los verbos y los recursos retóricos, persuasivos y propagandísticos utilizados en los textos, que son el único medio del que disponemos para destapar las estrategias que subyacen en las informaciones transmitidas (Gordillo, 2004).

Sin los medios de comunicación actuales, como son la radio, la televisión, los periódicos, el cine, las series o internet; sería imposible que un candidato supiera conseguir réditos políticos sin saber capitalizar bien su relato. El líder político puede vender su historia, su trayectoria de superación de dificultades y obstáculos para llegar a una meta. Puede convertirse en el redentor de un amplio grupo de la población ante lo que considera un furibundo ataque a componentes universales y aceptados por todos. Pedro Sánchez Pérez-Castejón consigue convencer a los afiliados del partido, a los ciudadanos y a los medios de comunicación de todo esto.

3. MARCO METODOLÓGICO

Este Trabajo de Final de Grado tiene como objetivo dar a conocer en mayor profundidad el papel que desempeña el mito en la comunicación política. En concreto, la importancia de la figura del héroe en Pedro Sánchez en el periodo comprendido entre su primera designación como secretario general del PSOE y la victoria en la Moción de Censura a Mariano Rajoy el 1 de junio de 2018. Tras este suceso, Pedro Sánchez se convierte así en el séptimo presidente del Gobierno de España desde la restauración de la democracia tras la dictadura franquista.

Para entender todo este proceso, que se da lugar en tan solo cuatro años, hemos confeccionado dos estudios observacionales descriptivos no participativos. Estos dos

estudios se analizarán por medio de la técnica analítica-sintética, tal como hemos demostrado en el marco teórico. Desde la singularidad de las partes iremos explicando la totalidad de la composición. El primer análisis longitudinal será de índole discursiva: los discursos son propensos a sufrir volatilidad dentro de la política. Éstos están muy ligados a los giros estratégicos que las formaciones realizan con el objetivo de generar réditos políticos.

Sin embargo, los partidos políticos están sujetos en el largo plazo a regirse a un ideario que les hace mantenerse casi permanentemente en unas mismas líneas discursivas. En el caso de Pedro Sánchez, observaremos como la matriz discursiva sigue unos parámetros de acuerdo con la lógica socialista de España en sus periodos de liderazgo institucional. Es interesante mostrar como su discurso, en el periodo de observación estudiado, sufre una dualidad antagónica, una bifurcación que choca en la esencia misma del discurso: el candidato y el líder del partido, dos figuras adversas, dos caras de la misma moneda. Estas dos variables del discurso de Sánchez mantienen un proceso de conformación en sus diferentes etapas que hace construir los relatos.

Este análisis longitudinal discursivo muestra como el relato muta según la circunstancia de Pedro Sánchez. Rescatamos la clasificación de D'Adamo y García Beaudoux (2012) del relato. Existen tres tipos de relatos: relato desafío, conexión o creativo. Esta tipología se aplica en ambas fases del político madrileño. El rol heroico que adopta Pedro Sánchez será visto bajo la clasificación de Osés (1995) sobre el héroe en la mitología íntimamente ligada a la construcción del relato a través del eje discursivo.

El segundo análisis longitudinal será de intervenciones políticas. Las intervenciones políticas están sujetas a un abundante abanico de posibilidades: discursos, mítines, ruedas de prensa, aparición en medios de comunicación, sesiones de fotos entre otras posibilidades. El estudio de estas intervenciones políticas nos posibilita mostrar las distintas transformaciones que sufre Pedro Sánchez en lo que respecta a la apariencia, la escenografía del candidato, su vuelta al terreno institucional, así como la influencia de los agentes externos en sus variaciones del *storytelling*.

Para la demostración de este análisis se expone la clasificación que realiza Oliva, Pérez-Latorre y Besalú (2015) sobre el candidato: candidato como individuo extraordinario o individuo corriente. Esta dicotomía se da en las distintas fases que atraviesa Pedro Sánchez a lo largo de su trayectoria política. Además, basándonos en la explicación de

Gordillo (2004) acerca de la posición del diario *El País* sobre George Bush estableceremos paralelismos que nos ayuden a definir los cambios de percepción acerca del presidente del Gobierno de España de los distintos medios de comunicación. Con especial énfasis en el análisis de los editoriales de *El País* en días claves y que ayudan a entender el cambio de parecer respecto a Pedro Sánchez. Por otra parte, ahondaremos en el concepto de política-espectáculo o espectacularización de la política y su estrecha relación con la estrategia de la comunicación política y de la conformación del relato de Pedro Sánchez.

4. INVESTIGACIÓN

4.1. CASO PEDRO SÁNCHEZ

Si el 30 de octubre de 2016 se hubiera vaticinado que año y medio después Pedro Sánchez se convertiría en presidente del Gobierno de España probablemente lo hubiésemos dado por imposible. Un día antes dejaba su acta de diputado del PSOE (Partido Socialista Obrero Español) en el Congreso para no estar presente en la abstención que posibilitó la elección de Mariano Rajoy. En el apartado dedicado a la trayectoria política profundizaremos sobre cómo se llegó hasta este escenario.

Hay dos momentos claves que propician que Pedro Sánchez no solo sea hoy presidente, sino que sea el sujeto central de este estudio. Tras la repetición electoral del 26-J, el PSOE cosechó el peor resultado de su historia consiguiendo 85 escaños. El número había sido aún peor que el alcanzado en los comicios del 20-D de 2015. Numerosos factores son los que provocan que el PSOE perciba estos pobres resultados:

- La percepción ciudadana del PSOE como formación política partícipe y cómplice de los recortes de la crisis económica.
- Voto de castigo hacia un partido cada vez más alejado de las clases populares españolas.
- La aparición de formaciones como Podemos y Ciudadanos que ganaban electores a izquierda y derecha de los socialistas y que suponen la ruptura total del sistema bipartidista.
- Desconexión total ante la nueva realidad española tras el movimiento 15-M.

Pedro Sánchez nunca ha escondido una poderosa ambición: ser presidente del Gobierno de España. Él mismo cuenta que, trabajando en Bosnia como asesor para Naciones Unidas en el equipo de Carlos Westendorp, se dio cuenta que él quería formar parte del grupo de personas que toman las decisiones. Tras ganar el PP (Partido Popular) las elecciones del 20-D, Rajoy rechazó el encargo del Rey Felipe VI y dejó la responsabilidad de formar gobierno a Pedro Sánchez, que empezaba a tener principios de división interna en su propio partido.

Estas disidencias estaban comandadas por Susana Díaz, diversos barones territoriales y figuras históricas de la formación como Alfonso Guerra, José Luis Rodríguez Zapatero, Alfredo Pérez Rubalcaba y Felipe González. La opinión de estos cuatros seguía siendo tratada como mantra en los sectores más robustos del partido, sobre todo la de González, que pese a no participar en la vida orgánica de la formación ejercía un poder invisible, igualable al del propio secretario general. Los medios de comunicación fueron poniendo el foco poco a poco en la debilidad que transmitía Pedro Sánchez dentro del partido. Este proceso que se inicia después de las primeras elecciones, en relación con esta fragilidad interna que van poniendo en relieve los medios, es de vital importancia para la construcción del primer relato exitoso que capitalizará el actual presidente.

Dentro del partido a Pedro se le da la oportunidad de revertir el mal resultado de diciembre en las elecciones de junio de 2016, pero se le avisa: no habrá pactos con Podemos ni con los partidos independentistas o nacionalistas. Volvemos a los 85 diputados. Por activa y por pasiva se fue activando dentro del PSOE, como en los medios de comunicación afines y menos a fines a la formación socialista, una presión en torno a la figura de Pedro Sánchez para que se decidiese por una abstención que facilitase la investidura de Mariano Rajoy. Según recoge Carmen Torres en *Instinto de poder*, el líder socialista se mostró proclive en los círculos internos del partido a facilitar la investidura. Pero durante el verano y en soledad, él comprendió que ni él mismo ni el PSOE podían facilitar un gobierno del Partido Popular.

En septiembre se reanudaron las hostilidades tras la comparecencia de Pedro Sánchez en varias emisoras explicando su postura: “yo tengo una hoja de ruta: no a Rajoy, no a terceras elecciones y sí a un gobierno alternativo, pero para eso necesito tener a todo el partido detrás”. Palabras que pronunció en la *Cadena SER* el 28 de septiembre y sirvieron para tensionar más la cuerda. Nos centramos ahora en el primer momento en el que Pedro Sánchez empieza a adquirir un aura de resistencia y heroicidad. Recordemos

que los medios de comunicación habían empezado a realizar una cobertura más en profundidad de los problemas de división interna que atravesaban los socialistas.

Programas como *Al rojo vivo* realizaban conexiones continuas con Ferraz, sede de los socialistas en Madrid, de casi veinticuatro horas. El Comité Federal del 1 de octubre evidenció una reflexión de cara a los espectadores, que estaban viendo en ese momento como Pedro Sánchez dimitía como secretario general: El PSOE ha tumbado a Pedro Sánchez. Incluso podríamos ir más lejos y señalar que los votantes socialistas vieron como un hombre que representaba los ideales de sus afiliados y electores abandonaba la sede del partido, como si estuviese huyendo de fuerzas más poderosas que la suya propia como jefe de la formación.

La sensación que flotaba en el ambiente es que Pedro Sánchez había sido traicionado por los suyos y por las manos invisibles que representaban González, Rubalcaba, Zapatero y Guerra. Se convirtió inmediatamente en un símbolo de resistencia. Toda la maniobra para derrocarlo surtió efecto, pero al convertirse en un espectáculo mediatizado, los espectadores repitieron un patrón universal a la hora de posicionarse dentro de un relato: se colocaron de parte del más débil, Pedro Sánchez. Es en este momento cuando el relato del ‘no es no’ alcanza las cotas más altas de popularidad.

El PSOE se abstendría ese 29 de octubre en segunda votación, no sin antes tener miembros en sus filas rebeldes que decidieran romper la disciplina de voto y emitir un no. En concreto unos quince diputados socialistas se convirtieron en una especie de apóstoles de Pedro Sánchez y que en el futuro tomarían parte del político madrileño en su vuelta a la dirección del partido.

El segundo momento trascendente que provoca que Pedro Sánchez sea el sujeto principal de este estudio sucedió ese mismo fin de semana de octubre. Son dos momentos fundibles en uno solo: en primer lugar, la renuncia a su acta de diputado para no estar presente en la investidura a Mariano Rajoy, gesto que dota de legitimación y coherencia al relato que está defendiendo en ese momento y que será la base de su vuelta al PSOE. En segundo lugar, la entrevista que concede al programa *Salvados*, donde reconoce que recibió presiones de empresarios y medios de comunicación para facilitar la investidura de Mariano Rajoy y no formar un gobierno alternativo.

Este espacio concedido a Jordi Évole vino a reforzar con mayor intensidad esa figura que estaba empezando a construir Pedro Sánchez. Un hombre resiliente que, a pesar de

todas las trabas que le habían puesto en el camino para la consecución del objetivo de formar un gobierno alternativo, seguía empeñado en continuar en política, convertirse de nuevo en secretario general del PSOE y, finalmente, en presidente del Gobierno de España.

4.1.1. Trayectoria política

Pedro Sánchez contaba con 21 años cuando se afilió al PSOE en 1993. Se encontraba estudiando la licenciatura de Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. El año de afiliación a la formación socialista coincide con la última victoria de Felipe González en las elecciones generales de ese mismo año. En realidad, y como él mismo hizo dijo, lo hizo como un gesto simbólico de apoyo a la candidatura socialista. Todo hacía indicar que José María Aznar ganaría esas elecciones, pero sorprendentemente Felipe González se acabó imponiendo. No es aventurado señalar que la suerte siempre ha estado de lado de Pedro Sánchez, tal y como veremos.

Tras estar unos años escalando en los puestos del partido entra en la lista para las Elecciones Municipales del año 2003 por Madrid. A parte de los cargos internos que desempeñó en el PSOE, hay que recordar los dos años que estuvo trabajando en Bosnia, de 1997 a 1999. Unos años antes se marchó a Nueva York para trabajar en una consultora donde conoció a Carlos Westendorp, que le contrató como jefe de su gabinete en la misión de Naciones Unidas para el recientemente independizado país balcánico. Una experiencia que Sánchez ha calificado como “extremadamente enriquecedora para su formación política”.

El actual líder socialista ocupó en aquella lista de la federación madrileña del PSOE un puesto bastante discreto, lo que provocó que no resultara concejal electo. En dichos comicios el PSOE obtuvo 21 escaños, tres menos de los que necesitaba Sánchez ya que él ocupaba el puesto 24 de la candidatura. Sin embargo, en abril de 2004 Marta Tarduchy deja su acta, como harían en mayo Enrique Barón Crespo, que dirigiría la delegación socialista europea en el Parlamento Europeo, y Elena Arnedo; Pedro Sánchez se convertiría así en concejal del Ayuntamiento de Madrid. Por otra parte, el propio PSOE perdió esas elecciones, siendo elegido alcalde Alberto Ruiz-Gallardón del PP.

Durante esta primera legislatura en el consistorio Pedro Sánchez se fue ganando la confianza de distintos sectores de los socialistas. Esto provocó que en las Elecciones

Municipales del año 2007 ascendiese hasta el puesto 15 de la candidatura. En aquellos comicios Miguel Sebastián obtuvo un peor resultado que el cosechado por Trinidad Jiménez en 2003. El PSOE se dejó tres concejales, pero Pedro Sánchez consiguió revalidar su cargo en el ayuntamiento. Un año después se celebraron las Elecciones Generales de 2008 dónde el PSOE volvió a ganar los comicios y revalidó mandato.

En aquella ocasión Pedro Sánchez se quedó fuera de entrar en el Congreso de los Diputados, su primer sueño en la política. La formación socialista obtuvo 15 escaños por Madrid, pero Sánchez figuraba en el puesto 21 de la candidatura por la capital de España. Pese a ello, Pedro Solbes renunció a su acta de diputado el 14 de septiembre de 2009 posibilitando que Pedro Sánchez pudiera convertirse en diputado nacional. Además, esta situación fue posible gracias a otras renunciaciones anteriores como las de Diego López Garrido o Trinidad Jiménez.

Tuvo que abandonar el consistorio madrileño donde fue el encargado de las áreas de vivienda, economía y hacienda en la oposición. En 2010 recibiría el galardón a diputado revelación por la Asociación de Periodistas Parlamentarios, lo que daba visos de una carrera política exitosa a nivel estatal. Debido a la crisis económica que asolaba España, José Luis Rodríguez Zapatero decide adelantar los comicios a noviembre de 2011. El buen papel desempeñado en la Cámara Baja por Pedro Sánchez hace que ocupe el puesto 11 en la lista por Madrid, pero el derrumbe del partido en toda España provoca que el PSOE solamente obtenga 10 diputados por esa misma circunscripción. Sánchez volvió a quedarse sin escaño en el Congreso.

Pasaría más de un año hasta que Pedro Sánchez volviera a la política nacional. Cristina Narbona representaría al PSOE en el Consejo de Seguridad Nuclear, lo que le obligó a abandonar su acta de diputada. El siguiente en la lista era él. 2013 fue el año donde Pedro Sánchez sintió que estaba preparado para presentarse a las primarias a dirigir el PSOE. Alfredo Pérez Rubalcaba, secretario general del partido por aquel entonces, convocó la Conferencia Política de la formación para noviembre de ese mismo año. A Sánchez y a otros miembros se les confió el documento económico de esa Conferencia. La Conferencia Política del PSOE es un órgano reflexivo dentro de la estructura de la formación. A diferencia del Comité Federal, esta institución promueve la reflexión y disertación sobre grandes marcos de pensamiento en gamas políticas: socialdemocracia, laicidad, educación pública, sistema económico, entre otras cuestiones.

El carácter federalista de la formación hace que Pedro Sánchez tenga que recorrer las agrupaciones del partido por todo el territorio nacional. En estos viajes por la geografía española conoce a multitud de militantes, como recoge el propio líder socialista en sus memorias: “A mí me sirvió para palpar el estado real del partido, y comprobé de primera mano el distanciamiento que sentían las bases respecto a la cúpula”. Aprovechando este paso por las sedes socialistas de toda España, Pedro Sánchez se va haciendo irremediabilmente un nombre en los círculos internos del partido.

Llegan las Elecciones al Parlamento Europeo de 2014 donde Podemos irrumpe en la política nacional con más de un millón de votos y el PSOE pierde nueve europarlamentarios. Además, Rubalcaba sabe ya que el Rey Juan Carlos I tiene decidido presentar su abdicación ese mismo año. El político cántabro entiende que no puede liderar el partido en esta nueva etapa que vive el país y decide convocar un Congreso extraordinario para elegir un nuevo secretario general de la formación y, de facto, un candidato para las Elecciones Generales de 2015. En ese momento los candidatos que contaban con más papeletas para salir elegidos son Eduardo Madina y Susana Díaz. El político vasco contaba con el apoyo de Rubalcaba, mientras que la andaluza mantenía una estrecha relación con el expresidente Zapatero.

Alfredo Pérez Rubalcaba toma la decisión de convocar unas primarias abiertas. Una idea que se barajaba ya en la Conferencia Política de 2013 y que deja a Susana Díaz en una situación difícil al llevar poco tiempo presidiendo la Junta de Andalucía. Decide no presentarse a la dirección del partido. Susana Díaz se enemistó con Madina por la jugada que había trazado éste con Rubalcaba para abrir la decisión al voto universal de los militantes del partido. La idea de la que por entonces era presidenta de Andalucía era ser elegida por aclamación, al estilo del Partido Demócrata estadounidense, y así estar legitimada para abandonar la Junta de Andalucía por ser la candidata a la Presidencia del Gobierno de España.

Simultáneamente, Pedro Sánchez decide presentar su candidatura debido al cambio de paradigma que suponía la elección del secretario general a través de primarias abiertas. Él barajaba numerosos apoyos en agrupaciones de toda España y en diputados nacionales que le veían con el perfil idóneo para liderar el PSOE en el nuevo escenario político que se vislumbraba. A partir de aquí, surgen numerosas versiones de lo que ocurrió en ese momento. Desde que Pedro Sánchez recibió el apoyo de Susana Díaz a cambio de que ella fuera la candidata en las Elecciones Generales de 2015, hasta que

simplemente Susana decidió no dar el paso y, para evitar la elección de Eduardo Madina, político con más experiencia, preparación y trayectoria para ser secretario general, decidiera apostar por Sánchez. Son escenarios que barajaremos en profundidad en los epígrafes ulteriores.

El Congreso Extraordinario de 2014 del PSOE, celebrado el 13 de julio, se salda con la victoria de Pedro Sánchez y su elección como secretario general del partido. Gran parte de esa victoria se la debe al apoyo de la federación andaluza, la de mayor fortaleza en España. Pedro Sánchez obtuvo el 48,7% de los votos favorables de la militancia, Eduardo Madina consiguió el 36,2% y el tercer candidato, José Antonio Pérez Tapias un 15,1% de los votos. Por primera vez en la historia del PSOE, se escogía al secretario general en un proceso de primarias abiertas a toda la militancia.

En el periodo que abarca julio de 2014 a diciembre de 2015 el panorama político español sufre una metamorfosis. Podemos, un nuevo partido situado en posiciones más izquierdistas que el PSOE y compuesto por profesores universitarios, empieza a subir en las encuestas. La subida es tal que se convierte, según el barómetro del CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) de enero de 2015, en el primer partido en términos de intención de voto. Al otro lado del espectro político entraría en escena Ciudadanos, una formación con una trayectoria consolidada en Cataluña que pasa a territorio nacional y comienza a ganar adeptos por sus planes de regeneración democrática y alternativa al PP. Empieza a confirmarse entre multitud de expertos el comienzo de la ruptura del sistema bipartidista que había imperado en España desde 1982.

El 20 de diciembre de 2015 se celebran nuevamente elecciones generales. El PSOE obtiene cinco millones y medio de votos y queda en segunda posición obteniendo 90 escaños. Es el peor resultado de la historia de la formación desde la implantación de la democracia. Sin embargo, en Ferraz hacen una doble lectura de los resultados en positivo: han conseguido aguantar el envite de Podemos y Ciudadanos y podrían intentar un pacto con Podemos y otras fuerzas para lograr una investidura de Pedro Sánchez. Durante el periodo navideño Pedro Sánchez viaja a Portugal para conocer el nuevo gobierno portugués formado en noviembre de 2015.

Conocido como la *geringonça*, en portugués un aparato que no funciona, Antonio Costa, primer ministro de Portugal, mantuvo una reunión con Sánchez donde éste quiso conocer cómo funcionaba su gobierno con el apoyo del *Bloco de Esquerdas*, formación

muy similar a Podemos, y del Partido Comunista Portugués. En diversos sectores del PSOE observan con suspicacia esta visita y desconfían de las intenciones de Pedro Sánchez. Barones socialistas recelaban de un posible pacto con Podemos y mucho menos con las fuerzas nacionalistas catalanas, que abogaban por un referéndum de autodeterminación de Cataluña. En enero se presenta la oportunidad que esperaba Sánchez, Mariano Rajoy declina la proposición del Rey de formar gobierno. El líder popular intentó convencer a Sánchez de una gran coalición a lo que éste respondió con el aforismo que marcaría su carrera política: ‘no es no’.

En ese momento Pedro Sánchez asume la responsabilidad y decide iniciar las negociaciones con Ciudadanos y Podemos. En febrero llega a un acuerdo con la formación de Albert Rivera lo que le asegura 130 escaños, muy por debajo de los 176 votos afirmativos que se necesitan en una primera votación de investidura. Ni en primera ni segunda votación recibió el apoyo necesario para ser investido presidente de España. Por primera vez en la historia una sesión de investidura no salía adelante, situación que desgastó la imagen de Sánchez dentro y fuera del partido. Como así lo estipula la Constitución Española en su artículo 99.4, dos meses después de la primera votación de la sesión de investidura y sin haber conseguido ningún candidato el respaldo del Congreso de los Diputados se convocan nuevas elecciones. Estos comicios quedan fijados para el 26 de junio de 2016.

Durante el trimestre que transcurre desde la fallida sesión de investidura hasta las elecciones Pedro Sánchez evidencia síntomas de debilidad en el liderazgo de su partido. Empiezan a aparecer voces discordantes y críticas con el secretario general y con su gestión de la formación. Pese a ello se le da un voto de confianza en el seno del PSOE de cara al nuevo proceso electoral. Sin embargo, el PSOE pierde 100 mil votos y cinco escaños empeorando el resultado de diciembre. El PP repite victoria electoral y con mayor solvencia, aun así, el PSOE consigue evitar el conocido como *sorpasso* de Unidos Podemos, la coalición electoral que conformaron Podemos e Izquierda Unida para dichos comicios.

Comentábamos anteriormente el papel imponente que jugaban por entonces figuras históricas del socialismo español como Felipe González, Alfonso Guerra, Alfredo Pérez Rubalcaba o José Luis Rodríguez Zapatero. Todos ellos y gran parte de los líderes autonómicos del partido abogan por una abstención y facilitar el presumible gobierno que presidiría Rajoy. Pese a que es una decisión dura para el PSOE se intenta hacer

comprender a los más escépticos que la decisión obedece a un bien superior: la gobernabilidad de España. En un primer momento, Pedro Sánchez ve inevitable una abstención, aunque defiende una abstención técnica, es decir, que solo tomen esa intención de voto los necesarios para que la investidura resulte exitosa. Sin embargo, se muestra receloso al hecho de que la decisión del PSOE de abstenerse quemará únicamente su figura.

Convencido de que es la mejor decisión, Pedro Sánchez realiza un cambio de estrategia e intentará la formación de un gobierno alternativo al de Mariano Rajoy. Así lo hace saber en septiembre, con la absoluta certeza de que una abstención supondría la pérdida total de la confianza de los votantes del PSOE como alternativa al PP. Desde su posición traslada a Podemos y Ciudadanos la necesidad de conformar un gobierno alternativo, apelando a su esencia de “fuerzas del cambio”. No obstante, las diferencias entre Podemos y Ciudadanos son irreconciliables y sus líderes, Pablo Iglesias y Albert Rivera, mantienen una soterrada animadversión política e ideológica que les impide llegar a puntos de encuentro.

En ese momento, Pedro Sánchez entiende que su única posibilidad para ser presidente pasa por el apoyo de partidos nacionalistas vascos y catalanes, formaciones totalmente vedadas por los socialistas para la consecución de pactos. El político madrileño se ve cada vez más deslegitimado por sus compañeros de formación e incluso se posicionan en su contra públicamente. El PSOE se convierte en una estructura bicéfala de cara a la opinión pública con dos mandos diferenciados: Pedro Sánchez y los barones territoriales comandados por Susana Díaz.

Mariano Rajoy ya ha perdido una sesión de investidura y se divisa en el horizonte temporal unas posibles terceras elecciones. El PSOE se encuentra en una lucha interna sin cuartel: declaraciones cruzadas entre Pedro Sánchez y sus partidarios con los barones territoriales y las figuras históricas ya mencionadas. Tal es la tensión que Felipe González, en una entrevista, comenta: “Me siento engañado por Sánchez, me dijo que se abstendría”. El divorcio en el seno de la formación es total y completo. Pedro Sánchez decide confrontar directamente a sus detractores a un Comité Federal el 1 de octubre de 2016 para revalidar mandato como secretario general del partido y legitimarse en su puesto. Si sale victorioso estaría libre de negociar sin las líneas rojas marcadas por la Ejecutiva.

La disputa mediática mantenida entre Pedro Sánchez y Felipe González provoca que Susana Díaz y su equipo convencan a 17 miembros de la Ejecutiva socialista para dimitir. Según los Estatutos del partido del año 2016, en su artículo 36.o), si la mitad más uno de la Ejecutiva dimite “el Comité Federal deberá convocar congreso extraordinario para la elección de una nueva Comisión Ejecutiva Federal”. Susana Díaz entiende esto como la destitución del secretario general y la creación de una gestora que tutele el rumbo de la formación hasta la convocatoria de unas primarias. Sin embargo, en dichos estatutos no se habla explícitamente de una gestora como tal. En la tarde del 28 de septiembre, Antonio Pradas presenta las dimisiones de estos 17 miembros, incluidas personas hasta entonces leales a Pedro Sánchez.

El Comité Federal del 1 de octubre termina de noche tras más de doce horas de intensas deliberaciones, reuniones, filtraciones a la prensa y militantes hastiados con lo que consideran una deriva ideológica e institucional. Es un espectáculo televisado de principio a fin. Pedro Sánchez acaba dimitiendo como secretario general del PSOE tras no salir adelante su intento de convocar unas nuevas primarias, ante el descontento generalizado de sus compañeros. Dentro de Ferraz se diseña una gestora liderada por Javier Fernández, presidente de Asturias, que tomará la dirección del partido y facilitará la abstención a Mariano Rajoy ratificada en un segundo Comité Federal el 23 de octubre.

En este momento Pedro Sánchez entiende que el cargará con el peso de la abstención, pese a no ser ya secretario general, al votar lo decidido por la gestora: una abstención en bloque de todo el grupo parlamentario socialista. Toma la decisión de renunciar a su acta de diputado el mismo día que Mariano Rajoy sería investido, así no estaría presente en la votación y no rompería la disciplina de voto. Además, Sánchez deja caer la posibilidad de presentarse a las próximas primarias que decidieran el posterior secretario general. Esa misma tarde Mariano Rajoy es investido con la abstención en bloque del PSOE, sin embargo 15 diputados socialistas rompen la disciplina de voto del partido: Meritxell Batet, Luz Martínez Seijo, Lidia Guinart, Pere Joan Pons, José Zaragoza, Sofía Hernanz, Marc Lamua, Rocío de Frutos, Mercé Perea, Susana Sumelzo, Joan Ruiz, Odón Elorza, Margarita Robles y Zaida Cantera. Reseñable es que de los 15, siete son del PSC (Partido de los Socialistas de Cataluña), partido hermano del PSOE y que tendrá una influencia fundamental en las primarias.

Tras un mes fuera de la primera línea política, Pedro Sánchez reaparece en el municipio valenciano de Xirivella el 28 de noviembre de 2016. Se concentran cerca de 2 mil militantes y simpatizantes del PSOE y del propio Sánchez. Se atisba que su decisión ha dado resultados y que ha alimentado el deseo de una renovación en el Partido Socialista con él al frente. Pese a ello, él tiene sus dudas y considera que presentarse nuevamente haría dividir al partido *in saecula saeculorum*. En enero, Patxi López presenta su candidatura a las primarias, movimiento que provoca finalmente que Sánchez se adhiera al proceso. Esta jugada descoloca a Susana Díaz, que ve como Pedro suma más adeptos a medida que pasa el tiempo y ve en peligro su elección como secretaria general. El anuncio de Pedro Sánchez se produce en Dos Hermanas, Sevilla; núcleo duro del socialismo andaluz y un bastión de la presidenta de Andalucía

Era de esperar que Susana Díaz hiciese realidad lo que en los medios de comunicación se daba por hecho, la carrera por el liderazgo del PSOE sería a tres: Susana Díaz, Patxi López y Pedro Sánchez. Susana Díaz presenta su candidatura en un pabellón de Ifema ante una multitud superior a la que Pedro trae a sus mítines. Es una demostración de fuerza ante sus horas más bajas. El 4 de mayo de 2017 es la fecha elegida para la presentación de los avales que posibilitan la candidatura.

En dichas circunstancias fue necesario presentar como mínimo 9.638 firmas de militantes del partido. Susana Díaz consigue recoger más de 63 mil firmas de la militancia, alrededor de un tercio de todo el censo. Por su parte Patxi López aglutina cerca de 13 mil avales, cerca de la cifra mínima y concienciado de que no tiene posibilidades reales en el cara a cara entre Díaz y Sánchez. Pedro Sánchez logra reunir más de 56 mil firmas de la militancia provocando un golpe de efecto y convirtiendo en tangibles sus opciones a recuperar la Secretaría General del PSOE. Finalmente, el 21 de mayo Pedro Sánchez gana las primarias de manera aplastante a sus rivales. Logra la victoria en todas las comunidades autónomas salvo Andalucía y el País Vasco, federaciones de los otros candidatos. El resultado es esclarecedor, Pedro Sánchez ha logrado casi un 70% del apoyo de la militancia socialista, por el 21% de Susana Díaz y un escueto 9% de Patxi López.

Ya nuevamente como líder de la oposición, pero sin escaño en el Congreso de los Diputados, Pedro Sánchez no tiene el peso institucional que esperaba. Sin embargo, el 1 de octubre se celebra el referéndum ilegal de autodeterminación en Cataluña lo que provoca que el Ejecutivo de Mariano Rajoy opte por la aplicación del artículo 155 de la

Constitución Española. Mariano Rajoy considera necesario tener el respaldo institucional del PSOE para la aprobación del artículo, no solo por cuestiones aritméticas de cara a su puesta en marcha en el Senado, sino por el poder que otorga el respaldo del otro gran partido de España. Pedro Sánchez considera que la mejor manera de recabar apoyo y proyectar una imagen de ‘hombre de estado’ es a través de este tipo de decisiones. Si el PSOE se mantiene como un partido leal a la Constitución y al Estado de derecho necesariamente es un partido que está preparado para volver a gobernar, esa idea es recurrente en Sánchez ese otoño.

En mayo de 2018 el PSOE navegaba en la irrelevancia política. Después de todo el fervor suscitado en 2017 con la vuelta de Pedro Sánchez, el apoyo sin fisuras al Gobierno de Mariano Rajoy y defender con vehemencia el artículo 155. A ojos de la opinión pública Ciudadanos resultaba el partido más beneficiado del proceso independentista al mantener posiciones más firmes. Así lo indicaban distintos barómetros de abril y mayo como el del CIS o *La Sexta*. Ciudadanos se convertía en primera fuerza en intención de voto según las investigaciones demoscópicas. Para numerosos expertos el llamado ‘efecto Sánchez’ había dado ya todos sus coletazos y todavía quedaban dos años para los próximos comicios. Sin embargo, una sentencia judicial lo cambia todo un 24 de mayo de 2018.

Según cuenta Carmen Torres en su libro *Instinto de poder*, Pedro Sánchez se encuentra en las oficinas de la *Cadena SER* cuando le avisan de que ese mismo día saldrá la sentencia de la trama Gürtel que condenará al PP a título lucrativo, obligándolo a pagar una multa de 245 mil euros. Durante todo el año se rumoreó en diversos medios de comunicación la posibilidad de que hubiera una moción de censura a Mariano Rajoy. Unidos Podemos presentó una para realizar una maniobra de desgaste al Ejecutivo, puesto que desde el primer momento era palpable que no recibiría los apoyos necesarios. En este caso, si el PSOE presentaba una moción de censura tendría una causa de fuerza mayor, un relato político: una condena judicial. El 25 de mayo Margarita Robles presenta a primera hora de la mañana en el Registro del Congreso de los Diputados la moción. Diversas formaciones van sumándose afirmativamente a la votación, Pedro Sánchez y el propio PSOE ven posible que ésta triunfe.

El debate de la moción de censura se celebra en dos sesiones: el 31 de mayo y el 1 de junio de 2018. En los días previos el equipo del PSOE va reuniéndose con todas las formaciones políticas afines a la moción. Para que ésta tenga éxito, según el artículo 113

de la Constitución Española: “El Congreso de los Diputados puede exigir la responsabilidad política del Gobierno mediante la adopción por mayoría absoluta de la moción de censura”. Es decir, para que la moción de censura triunfe es necesario el voto afirmativo de 176 diputados, la mayoría absoluta. La negociación clave fue con el PNV (Partido Nacionalista Vasco), partido que una semana antes había sacado adelante los Presupuestos Generales del Estado. Los diputados vascos aportaban cinco votos elementales para que la suma se ratificase completamente.

En la votación, celebrada el 1 de junio, Pedro Sánchez logra la confianza de la Cámara con 180 votos afirmativos de las siguientes formaciones: PSOE, Unidos Podemos, ERC (Esquerra Republicana de Catalunya), PDeCAT (Partido Demócrata Europeo Catalán), PNV, Compromís, EH Bildu y Nueva Canarias. El 2 de junio de 2018 Pedro Sánchez era, oficialmente, presidente del Gobierno de España. Lo que parecía una empresa irrealizable, una cuadratura del círculo sin posibilidad alguna de éxito; se convirtió en una realidad material. Sin embargo, Pedro Sánchez, a lo largo de toda su carrera política, ha reincidido incansablemente en la consecución del cometido que siempre se asignó a su persona: ser presidente del Gobierno. Como todo ciudadano, a la hora de conseguir sus metas, ha tenido sus momentos álgidos; intercalados con otros anegados por el fracaso total de sus intentos en vano. Son inmanentes de la política, la eterna lucha por el subsistir en la espiral cainita del gobierno. Pero estas vicisitudes no están exentas en la propia vida cotidiana, los juegos de habilidad para alcanzar las cotas más altas del éxito se dan en la existencia ordinaria. Se manifiesta pues la consustancia e indisoluble aleación de vida y política.

4.2. UNA OPORTUNIDAD INESPERADA. PEDRO SÁNCHEZ Y SU ELECCIÓN COMO SECRETARIO GENERAL DEL PSOE

Las Elecciones Generales de 2011 supusieron un doble golpe para Pedro Sánchez: el PSOE había perdido los comicios y el Gobierno de España, y él estaba fuera del Parlamento. Nuevamente, una mala posición en las listas por Madrid le dejaba fuera de la política nacional. Este tipo de situaciones se dan de manera constante en política, uno está siempre manteniéndose en el alambre y puede caer en el olvido. La clave reside en la obstinación que se le imprime a un eventual regreso. Tal como sucedió en 2009, Pedro Sánchez conseguiría volver al Congreso de los Diputados mediante la renuncia de

un tercero, si en la primera ocasión el paso del acta vino de la mano de Pedro Solbes, la segunda procedió de Cristina Narbona, ambos pesos pesados del socialismo anterior.

Según cuenta el propio Sánchez en su libro *Manual de Resistencia*, el líder socialista se veía con ganas de volver a la política, pero esta vez no actuaría como una estatua de sal. Quería volver para “agitar el patio”. Para ello nos vamos a centrar en el análisis de intervenciones en el Hemiciclo y el proceso de primarias. Debido a que por aquel entonces era diputado raso, el gran escenario para la proyección de su carrera política era el Congreso de los Diputados.

Ilustración 1: Pedro Sánchez realiza la réplica de su primera pregunta oral en el Congreso.



Fuente 1: Archivo del Congreso de los Diputados. Disponible en: <http://www.congreso.es>. Consultado el: 23/04/2020

La imagen muestra a Pedro Sánchez realizando su primera pregunta oral al gobierno desde el escaño. La pregunta ahonda en la entrada a valorar del ministro Arias Cañete acerca de la gestión de España respecto al cambio climático. Tras la respuesta del ministro, Pedro Sánchez realiza su réplica. Tomemos algunos fragmentos:

No sé si es verdad eso que dicen por ahí de que efectivamente el Gobierno de España no tiene posición porque hay un enfrentamiento entre el ministro de Agricultura y el ministro de Industria al respecto, pero le voy a decir una cosa, señor ministro: ni lo sé ni me importa, porque esta no es una película de buenos y malos. Lo trascendente, lo de verdad importante desde el punto de vista político es que su silencio cómplice lo que está haciendo es poner en un brete al principal instrumento que tiene la Unión Europea de lucha contra el cambio climático, que es el mercado de derechos de emisión (Congreso de los Diputados, 13 de junio de 2013).

Observamos como Pedro Sánchez no quiere oír hablar de enemistades entre ministerios, sino de impulsar una puesta en marcha de iniciativas sólidas que frenen el impacto del cambio climático en nuestro entorno. Siendo esto así, el por entonces diputado, se aleja de posturas partidistas y se posiciona en un escalón superior incluyendo la Unión Europea en su discurso para dotarle de mayor legitimidad y empaque a éste. Consultando el archivo del Congreso no es baladí señalar que Sánchez en la X Legislatura ha desarrollado dos fases diferenciadas por el paso de ser diputado raso a secretario general de la organización. Con ello las tareas se modifican sustancialmente y asume las iniciativas parlamentarias de mayor peso. Análisis que veremos en el punto posterior.

Pedro Sánchez decide presentarse a las primarias tras hacerse un nombre entre los militantes en la Conferencia Política de 2013 y sentir que ha llegado el momento que tanto esperaba. Para ello mantiene un debate con los candidatos Eduardo Madina y José Antonio Pérez Tapias para liderar el PSOE. Es la primera vez que se dirige a un amplio grupo de afiliados del partido en un formato como éste. No olvidemos que un año antes había recorrido las diferentes agrupaciones socialistas de España y había experimentado en primera persona las distintas sensibilidades de las bases respecto a la formación. Siendo la primera vez en la historia que el PSOE escogía líder por medio del voto universal de la militancia, la realización de un debate era un elemento primordial para que los propios afiliados conocieran en mayor profundidad los planes y medidas que tenían los tres candidatos para el futuro de la formación. Procedamos a analizar diversos aspectos de este debate celebrado el 7 de julio de 2014 de acuerdo con los criterios establecidos en nuestro marco metodológico.

Ilustración 2: Pedro Sánchez en el debate de 2014.



Fuente 2: Canal oficial del PSOE en YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=uOwZHE7Vy1g>. Consultado el 24/04/2020

Pedro Sánchez escoge una vestimenta que ha convertido en icónica: una camisa blanca impoluta y que ha solido utilizar en ocasiones posteriores. Desde el primer momento proyecta una imagen distinta, ya que prefiere una conexión con esos sectores de la militancia no tan identificados con lo que representa el traje. El *target* es el militante y Pedro lo sabe. La primera pregunta que realiza la moderadora es fundamental para entender las lógicas de las candidaturas: ¿Por qué se presentan a la Secretaría General del PSOE?

La primera frase de Pedro Sánchez es totalmente coherente con su discurso: “soy un militante de base y hace año y medio no estaba en política”. Desde el primer momento intenta conectar con el principal protagonista de las primarias, la militancia, la única fuerza del partido que va a decidir al secretario general. “Quiero impulsar un cambio desde abajo”. Sánchez vuelve a reivindicar la importancia de las bases como eje central de la formación. En su discurso de apertura va recordando pasajes de su recorrido por España en la Conferencia Política del año anterior. Pone nombre y apellidos a los militantes que ha conocido, transmite humanidad y trata de contar su historia a través de los hombres y mujeres que conforman la militancia del PSOE. Es una conjugación muy acertada del *storytelling* propio con el ajeno, ya que se trata de proyectar a las bases como la verdadera esencia del partido.

Según la clasificación que realizan D'Adamo y García Beaudoux (2012) acerca de los tipos de relato, podemos situar esta primera intervención de Pedro Sánchez alineada con el relato conexión. El relato conexión que realiza trata de empatizar con todos aquellos que atraviesan dificultades y que son ejemplo de superación. El futuro secretario general les define en esta primera intervención como “el verdadero PSOE”.

El siguiente en intervenir es Eduardo Madina, éste realiza una defensa a ultranza de los valores socialistas que siempre le han inspirado, sobre todo en los años más duros del terrorismo de ETA (Euskadi Ta Askatasuna). Es el más aclamado por los allí presentes en sus intervenciones debido a que se situaba como la elección continuista de la ejecutiva saliente. Pese a que su participación se debió a que Rubalcaba abrió las primarias a los militantes, nunca llegó a conectar tanto como lo hizo Pedro Sánchez; gracias también al apoyo del PSOE andaluz. Más escueto es José Antonio Pérez Tapias, el veterano socialista reafirma los valores de su corriente izquierdista, mientras que a su vez lanza andanadas a los sectores más liberales de la formación. Es un discurso sin menciones a la militancia.

Después del debate es turno de las preguntas por parte de los militantes allí presentes como público. La última pregunta aborda las cuestiones de género e igualdad, en realidad se trata de dos cuestiones:

- ¿Ustedes se comprometerían a que hubiera ‘listas cremallera’ en todos los procesos electorales?
- ¿Ustedes se comprometen a que la secretaria de Igualdad siga permaneciendo en la Comisión Permanente?

Pedro Sánchez empieza su respuesta: “yo soy padre de dos hijas que van a un colegio público y no quiero que las enseñen Religión, sino Educación para la Ciudadanía”. Observamos como el candidato no responde a las preguntas realizadas, pero establece una imagen, la de una persona familiar. El candidato se sabe mostrar como un individuo corriente, tal y como afirman Oliva, Pérez-Latorre y Besalú (2015). Para ellos la apertura de la vida familiar y la demostración de padre implicado con la familia y la vida política es una de las características que conforman al candidato como un personaje corriente, y lo más importante, accesible. Porque de la accesibilidad nace la confianza que desean desprender los aspirantes.

Tras responder brevemente y en sentido afirmativo a las cuestiones que habían sido planteadas, Pedro Sánchez se dispone a realizar una reflexión acerca del encaje del, por aquel entonces, incipiente movimiento feminista en el PSOE. En ella vuelve a hacer uso del relato conexión para forjar asociaciones empáticas con los que se pueden sentir identificados con sus palabras:

Yo aprendí a ser feminista en el PSOE. Me gusta escuchar a José Luis Rodríguez Zapatero cuando dice que es un político feminista. Yo garantizo que, si soy elegido secretario general, el PSOE será el partido más feminista del sistema político en España. Digo esto porque he escuchado por ahí que los principales damnificados de la crisis económica son los varones, y no, son las mujeres. Son las mujeres, no solo por una legislación laboral que es injusta, también porque se están recortando todas aquellas políticas vinculadas con la mujer y con la igualdad (PSOE, 7 de julio de 2014).

Aquí se da la vertiente discursiva más cercana a las tesis institucionales. Es decir, y a colación de lo que mencionábamos en el marco metodológico, el relato que mantiene Pedro Sánchez no solo se alinea con las posiciones de las bases en esta primera etapa, sino que también sabe entremezclarse con ese halago a los anteriores dirigentes con la utilización de los hitos pretéritos. Esta idea viene a reforzar la lenta transformación que ha ido atravesando el PSOE, primero con Zapatero y más tarde con Sánchez, en clave feminista.

Aprovechando que es su última intervención, Pedro Sánchez lanza un último mensaje a los miembros de las bases allí presentes y a los que siguen el debate más allá de la sala donde se celebra:

El 13 de julio debemos ejercer nuestro voto, que vayamos a votar, que participemos. Llenemos las urnas de votos, da igual a quién votéis... a José Antonio a Eduardo o a mí mismo, pero votad. Porque es muy importante, compañeros y compañeras, que el próximo secretario general salga con la mayor de las participaciones posibles y con el mayor respaldo posible. Si ese voto es para mí, yo lo agradeceré doblemente [...] Hace muchos días dije que el lema de este Congreso debía ser: "Unidos en el cambio". Creo en el cambio y creo en la unidad y, claro que sí, yo sigo manteniendo la oferta de que tanto José Antonio como Eduardo se incorporen a la Ejecutiva en caso de yo ganar. Y en caso de ostentar la mayoría de los votos de los compañeros y compañeras yo me integraré y me pondré a disposición del próximo secretario general. Porque poniéndome a disposición del próximo secretario general me pongo a disposición del partido al que amo, que es el PSOE. Yo prometo cambiar el PSOE para cambiar España. Ese es mi reto, ese es nuestro reto. Muchísimas gracias (PSOE, 7 de julio de 2014).

Con esta última intervención finaliza Pedro Sánchez su comparecencia en el Congreso Extraordinario que dio pie a su primer mandato como secretario general del PSOE. Observamos como su principal objetivo discursivo es captar la atención de esos militantes que, durante años, se han visto decepcionados con su partido por no posibilitar una participación efectiva de sus bases. Con el mensaje final: “ese es mi reto, ese es nuestro reto” llama a ese grupo desencantado a ser la principal fuerza de cambio de su propia formación, el motor de esta metamorfosis. Ante la gran oportunidad que se les presenta, la militancia optó por la candidatura más centrada en ellos mismos. No optaron por Eduardo Madina pese a ser él el impulsor de estas primarias abiertas y no escogieron a José Antonio Pérez Tapias por la poca determinación y liderazgo que proyecta. Al final la militancia se decidió por el candidato que mejor supo capitalizar ese descontento con el propio partido. Una ambivalencia afectiva entre el partido y la militancia propició la victoria de Sánchez.

Una vez el 14 de julio Pedro Sánchez resulta elegido por los militantes, pronuncia su discurso de victoria. Le acompañan Alfredo Pérez Rubalcaba, como secretario general saliente y sus dos competidores, Eduardo Madina y José Antonio Pérez Tapias. Vamos a analizar algunos aspectos de éste a través de la segmentación del texto. En esta primera etapa de Pedro Sánchez, dentro del escalafón del liderazgo político, es habitual en él el uso de eslóganes para dotar de firmeza y barroquismo a su relato, técnica que utilizará a posteriori, pero no de forma tan prolífica.

Los ejemplos claros de esta fase ligada a la consecución del liderazgo del PSOE y que utiliza en este discurso son: “Un PSOE tan a la izquierda como la militancia de base”. Este esconde una peculiaridad intrínseca al propio autor. Siempre se posicionó a Sánchez como un político liberal dentro del PSOE, él pertenecía a una sección de economistas llamada ‘Economistas 2004’, un grupo de presión de ideología liberal dentro de la formación socialista. Resulta llamativo este cambio de posiciones, se puede señalar a la situación económica, al malestar de las bases con la cúpula del partido o al distanciamiento de las tesis socialistas clásicas con la dirección de entonces como las causas del viraje que realiza Pedro Sánchez; una maniobra que le coloca al frente del partido. Además, y volviendo a la cita, Pedro ya sentencia que su compromiso estará siempre con el estrato inferior del partido. Otro pasaje breve que queremos sacar a colación es: “el PSOE es el partido de la honradez intransigente”. Este ejemplo casi podía ser clasificado como dogma, como aforismo. Es una sentencia dura en palabras y

acciones y que es una apuesta decidida en contra de un mal que asolaba y asola la política española. Son dos mensajes contundentes, rigurosos y en línea con su relato.

Procedamos a analizar en esta ocasión un fragmento del discurso que nos parece interesante de cara al estudio y la comprensión gnoseológica del objeto tratado:

Nuestros enemigos tienen nombres y apellidos: se llaman desigualdad, se llama pobreza, falta de trabajo, precariedad laboral, se llama injusticia, como la que está sufriendo el pueblo palestino en Gaza. Se llama violencia de género; se llaman todas aquellas ideologías que no creen en la libertad de las mujeres, que rechazan la rica diversidad de la sociedad española y también rechaza la unión de los pueblos de España. Esos son nuestros enemigos, compañeros y compañeras (PSOE, 14 de julio de 2014).

Pedro Sánchez hace uso de una técnica discursiva muy socorrida para la señalización de un enemigo común, el lenguaje belicoso y la negación de lo ajeno. Realiza una extensa clasificación de todos aquellos males que el PSOE, la militancia y él mismo deben combatir. Porque al final lo que se busca desde el aparato discursivo es la anexión a los llamamientos del líder, del héroe de las bases. Es aquel que recorrió España, expresión que consideramos como hiperbólica, pero que da cuenta de la vasta extensión de territorio que proyectamos en nuestro imaginario colectivo. Es evidente, y los propios militantes lo saben, que el diputado raso de antaño no recorrió España de punta a punta, pero la fuerza del relato les arrastra en el fuerte oleaje del misticismo que emana la figura del joven líder en su escucha de las plegarias de los débiles dándoles voz y voto.

Una vez finalizado el discurso se posiciona delante del atril y levanta el puño izquierdo. Este gesto es un símbolo de resistencia y solidaridad entre los pueblos según la tradición sindicalista y obrerista. La propia mitificación de este símbolo ha traspasado partidos, movimientos e, incluso, la realidad; al estar presentes en planos de la ficción. Esta simbología se asemeja al ideario de las bases. Si observamos con perspectiva las decisiones que tomó el PSOE durante la crisis económica, éstas se encuentran fuera del argumentario tradicional de la formación y, por ende, de la ideología de sus simpatizantes y afiliados. Pedro Sánchez, como diputado raso, formó parte de estas decisiones contraintuitivas, pero no estaba en ese disparadero que supone el liderazgo político. Las culpas fueron asumidas por predecesores, pese que él fue partícipe y cohabitó con las incongruencias. Como comentábamos en el apartado dedicado a la trayectoria política, queda quemado quien, para la opinión pública, es el responsable directo. Este símbolo le da consistencia al relato que predica y no supone desafiar

ningún *statu quo*, pues todavía es pronto para comprender al Pedro Sánchez de mayor perfil institucional.

4.3. DE LA SUBORDINACIÓN A LA REBELDÍA. PRIMERA ETAPA COMO LÍDER DEL PARTIDO (2014-2016)

El 27 de julio se cerraba el Congreso Extraordinario del PSOE. Dos semanas después de la elección de Pedro Sánchez como secretario general por la militancia, éste acaba de conformar su Ejecutiva; la misma que dos años después provocaría su caída. Como es tradición en los congresos del partido, el secretario general cierra el acto con un discurso. Éste es el primero que realiza con todas las responsabilidades adquiridas y con la vista puesta en el trabajo institucional que tendrá que realizar con posterioridad. Tal como hemos venido haciendo, vamos a realizar un análisis discursivo de fragmentos del texto empleado:

La paz y la defensa de los débiles son nuestra razón de ser, y por eso, mis primeras palabras como Secretario General las dirijo a la comunidad internacional, la Unión Europea y el gobierno de España para que, de una vez por todas, se detenga la barbarie en Palestina. Para que digamos un alto y claro ¡basta ya! Porque hay niños inocentes que están muriendo, personas inocentes que están sufriendo y muriendo en un territorio que está siendo atacado de una manera irresponsable. Por eso decimos al gobierno de España, a la Unión Europea y la Comunidad Internacional ¡basta ya! y que afronten un proceso de negociación y paz que tanto necesita Oriente Medio y las poblaciones tanto de Israel como Palestina (PSOE, 27 de julio de 2014).

Pedro Sánchez reincide en el inicio de su discurso en la importancia de la resolución del conflicto palestino-israelí. Apela a la Unión Europea y al Ejecutivo nacional para la mediación en este enfrentamiento en oriente. Se aprecia el giro del discurso una vez se ocupan cargos de responsabilidad, el orden de prioridades en los argumentos se modifica. El cargo que pasa a desempeñar Sánchez tiene su relevancia a nivel internacional, todo líder de la oposición tiene su espacio mediático en medios internacionales. Si lo primero en lo que incides es en un conflicto internacional eso hace proyectar una imagen que traspasa las propias fronteras nacionales.

Hablando del pasado, a diferencia de otras formaciones políticas, los socialistas nos sentimos orgullosos porque nos reconocemos en nuestro pasado. Y mirando atrás, os propongo que abandonemos los complejos y digamos alto y claro que lo mejor que le ha pasado a España siempre ha venido de la mano de gobiernos socialistas. La educación y la sanidad pública, la dependencia, la ley de interrupción voluntaria del embarazo, que ahora la derecha pretende cercenar, el matrimonio entre personas del mismo sexo... son conquistas sociales que llevan el

sello del Partido Socialista. Y como Secretario General, Felipe y José Luis, os aseguro que reivindicaré todos y cada uno de los días de los gobiernos socialistas de los dos grandes presidentes que ha tenido la democracia española. Me mueve más la pasión por el futuro que el pasado. Felipe decía “hagamos nuestro el futuro”. Lo dijo nuestro querido Alfredo en la Conferencia Política: “Ganarse el futuro”. Porque es lo que espera España de nosotros. Afrontemos la tarea de modernizar la izquierda, y modernizar una España que está en la encrucijada (PSOE, 27 de julio de 2014).

En nuestro marco teórico hablamos de la importancia en el mito político del pasado para la reconstrucción del presente. Como explicamos, este tipo de mitos se da en los procesos de conformación de los Estados y las naciones, pero aquí tenemos un ejemplo claro de cómo Pedro Sánchez recupera esta técnica para su discurso. En este recuerdo del pasado se comprende el momento presente, un tiempo actual cercenado por un enemigo, la derecha. A su vez, al recuperar lo pretérito, también recupera las figuras clásicas del socialismo. Pedro Sánchez les rinde absoluta pleitesía y devoción. Es pues la etapa de rotunda subordinación al pasado.

Realiza dos aproximaciones interesantes ligadas a los procesos de elaboración del mito político y de la tarea del héroe: en primer lugar, rememora los hitos del pasado, utilizando, según la clasificación de D’Adamo y García Beaudoux (2012), un relato creativo. Este relato narra el cambio producido por quien defiende unas consignas determinadas. Es decir, enmarca este conjunto de medidas sociales impulsadas por los gobiernos socialistas en una atalaya. Mientras, los gobiernos de la derecha quedan posicionados como los ejecutivos del retroceso social. La segunda aproximación viene ligada de forma innata a su propia figura. Al ser él el nuevo líder es quien tiene que recuperar todo aquello que los adversarios políticos se han encargado de destruir. Trata de configurar un proceso de sublimación a su propia persona. Sin embargo, y como ya conocemos, este proceso no será duradero.

Hoy en España hay personas, las he conocido estando en contacto en las agrupaciones locales, que cobran 4 euros la hora y trabajan más de 40 horas a la semana. Por eso, en cuanto gobernemos, derogaremos la reforma laboral. La vamos a derogar porque en el siglo XXI no se pueden plantear alternativas del siglo XIX, la explotación laboral. Esa explotación no es casual, no tiene que ver con la crisis tiene que ver con un gobierno que la usa como excusa para construir su modelo de sociedad desigual, dual y contra eso vamos a luchar. La reforma laboral que mina el futuro de las pensiones, el futuro de unos jóvenes enganchados a la rueda de la precariedad laboral. Vamos a derogar la reforma laboral y plantaremos recuperar los derechos laborales perdidos, la negociación colectiva, Cándido, Ignacio (PSOE, 27 de julio de 2014).

Un claro ejemplo de cómo Pedro Sánchez utiliza el mismo *storytelling* cuando se dirige a la militancia. Recurre a su experiencia pasada para la propia explicación del presente, de manera que todo aquel entiende el problema de la reforma laboral promovida por el Partido Popular. Para explicar más detalladamente este paradigma recuperamos una cita de García y Simancas: “no es casual que en política se apueste por el *storytelling*, teniendo en cuenta que el ser humano entiende, reconoce el mundo y se reconoce a sí mismo en él a través de historias” (García y Simancas, 2017: 143). A través del ejemplo de las personas que cobran ese raquítrico salario, los ciudadanos entienden de manera directa la complejidad que entraña una ley orgánica en materia laboral. Es evidente que no se basa en eso, pero funciona y reafirma nuevamente nuestra definición del mito político como elemento hermenéutico atemporal.

Porque aquí estamos, amig@s, en pie. Una vez más levantándonos. Nosotros, herederos vivos de este partido centenario que hace 135 años se conjuró en la lucha política por la igualdad de todos los españoles. Nosotros, sucesores del partido más importante de España. Nosotros que hemos firmado con nuestras siglas esos derechos que ya son de todos y de todas. Aquí estamos, en pie, en marcha para cambiar España una vez más. Lo hemos hecho dos veces, vamos a hacerlo una tercera (PSOE, 27 de julio de 2014).

Este es el último extracto del discurso de Pedro Sánchez. Finalmente decide apelar a las emociones por medio del relato desafió, el triunfo de la voluntad frente a la adversidad. Alude a la acción de levantarse, lo que nos indica que anteriormente nos encontrábamos en una situación de endeblez e inferioridad. De ahí que recurra a los componentes emocionales de aquellos que se encuentran en una situación difícil. Pero, sobre todo, se dirige al PSOE y a todas aquellas personas que lo conforman. Ante el momento de debilidad que atraviesan: oposición, reconstrucción del partido, pérdida de poder territorial y aparición de nuevos partidos; el PSOE debe levantarse para cambiar España. Un verbo muy manido en las prácticas de la comunicación política y que sugiere la idea de comienzo, como así le es implícito a Pedro Sánchez.

El 15 de julio el diario *El País* publica la editorial *Un PSOE sin hipotecas*. Este editorial viene a comentar la elección de Pedro Sánchez como secretario general del PSOE tras conocerse el resultado de las primarias. En este análisis de los editoriales, que iremos haciendo de manera secuencial y cronológica, pretendemos demostrar cómo ha ido modificándose la opinión del mayor periódico de España, y de ideología socialdemócrata, respecto a la figura del actual presidente del Gobierno. Para ello, los editoriales estarán presentes desde este epígrafe hasta el final de la investigación,

atravesando las distintas etapas del estudio. Solo así podemos demostrar el cambio de paradigma que se produce. Rescatamos pues fragmentos para su consecuente análisis:

“La voluntad expresada por Sánchez de instalar al partido “en la izquierda” tiene que ver con la recuperación de las señas de identidad, pero también con el desafío que sufren sus bases por parte de sectores radicales y populistas”. Lo más reseñable de este breve extracto es el juicio que se establece respecto a la posición ideológica de la militancia socialista. Se aduce en el texto al “desafío que sufren sus bases por parte de sectores radicales y populistas”. Es decir, se considera, bajo nuestra perspectiva, que los afiliados del PSOE se ven presionados para situarse con mayor vehemencia más a la izquierda que su propia formación. Queda constancia pues del presumible rechazo del periódico ante estas posiciones.

Pedro Sánchez, valor desconocido para la mayoría de los españoles hasta hace pocos meses, aporta una imagen rejuvenecida, desconectada de los Gobiernos de Zapatero y sin responsabilidad en la línea seguida en la oposición. Falta por ver si es capaz de ejercer un liderazgo democrático, fuerte y capaz de superar hipotecas. Pero la oportunidad de renovación existe (*El País*, 15 de julio de 2014)

Este pasaje corresponde con el final del editorial. El cierre pasa a centrarse más en la figura del nuevo líder socialista. Consideramos que se presenta desde el diario una imagen de Pedro Sánchez suficiente, por aquel entonces era pronto para dirimir que cariz tomaría la gestión posterior. Esto es solo el principio de cómo, desde este medio de comunicación, se irá construyendo una imagen del secretario general influenciada por diversos intereses, tal como lo explica Gordillo (2004) con Bush. Este análisis de editoriales se producirá en los días de especial relevancia para nuestro estudio.

En nuestro último análisis de intervenciones en el Congreso de los Diputados observamos a un Pedro Sánchez en el escalafón más bajo de la cadena de mando. En este momento ocupa la Secretaría General y es el líder de la oposición. Si de enero de 2013 a mayo de 2014 las iniciativas e intervenciones parlamentarias se limitaron a cuestiones medioambientales y de vivienda, al asumir el liderazgo del partido recopila las acciones de mayor trascendencia en el Congreso. La primera pregunta que realiza, ya como líder socialista, va dirigida al presidente Rajoy para que realice su valoración de la situación política y social de los españoles. Además de formular la cuestión realiza una crítica al Ejecutivo en el mismo periodo de intervención que le corresponde a la pregunta:

Señorías, para mí es un honor dirigirme a todos ustedes como presidente del Grupo Parlamentario Socialista. Vamos a hacer una oposición ciudadana, vamos a defender los intereses de los ciudadanos, y cuando usted acierte, señor Rajoy, nos va a tener a su lado, y cuando no, nos tendrá enfrente [...]Es verdad que hoy ha valorado esa recuperación con cautela, pero también es cierto que hace unos días habló de raíces vigorosas, y muy probablemente en su intervención utilice algunos datos macroeconómicos. Pero yo, señor Rajoy, le pido que no lo haga, porque no tiene que olvidar que muchas de las cifras que usted utiliza nada tienen que ver desgraciadamente con las cifras que utiliza la mayoría de las familias españolas en nuestro país (Congreso de los Diputados, 10 de septiembre de 2014).

En su primera intervención, el nuevo dirigente socialista deja clara sus intenciones mientras esté él como líder del PSOE. La estrategia consiste en una oposición dura y contundente, no solo con vistas a demostrar todo lo prometido a los afiliados en las primarias, sino también de cara a las próximas elecciones donde debe competir con un partido situado más a la izquierda de su espectro. Por otra parte, en el inicio de la intervención, realiza su presentación formal, con un semblante de mayor autoridad política, explicando de forma sistémica el tipo de oposición que va a ejercer.

Ilustración 3: Pedro Sánchez realiza su primera intervención como líder de la oposición.



Fuente 3: Archivo del Congreso de los Diputados. Disponible en: <http://www.congreso.es>. Consultado el: 29/04/2020

En primer lugar, observamos que Pedro Sánchez ya ocupa el escaño que le corresponde como líder de la oposición. Luce un aspecto mucho más institucional respecto a la primera intervención que analizamos y, como dijimos con anterioridad, establece un tono de mayor altura política debido a las responsabilidades que atesora su nuevo cargo.

Tras la formulación de la pregunta y la respuesta de Mariano Rajoy, Pedro Sánchez le replica desde el escaño:

Mire, si usted quiere crear trabajo lo que tiene que hacer es: uno, derogar la reforma laboral; dos, subir el salario mínimo interprofesional. Si usted quiere crear trabajo, lo que tiene que hacer, señor Rajoy, es frenar la apisonadora de derechos laborales que usted ha puesto en marcha desde que es presidente del Gobierno y poner en marcha los motores de la reindustrialización de nuestro país. Señorías, hay que reindustrializar nuestro país, hay que apostar por la investigación, por la ciencia, por la innovación; hay que evitar precisamente el exilio científico; hay que apostar por la exportación de nuestras empresas a más lugares del mundo. Así, señor Rajoy, es como se va a crear trabajo en nuestro país (Congreso de los Diputados, 10 de septiembre de 2014).

En este episodio de la réplica realizada por Pedro Sánchez tenemos aspectos relevantes que resaltar. Tras enumerar previamente errores del Gobierno pasa a recitar las soluciones que éste debería llevar acabo para poner fin a los problemas económicos de España. Estas soluciones forman parte del paquete de medidas contra la reforma laboral que el PSOE y el propio Pedro Sánchez han propuesto desde que esta fuera aprobada con la llegada al gobierno del PP. La imagen que quiere trasladar es la de un político eficaz, con ideas claras y con un amplio repertorio de remedios para superar la crisis económica.

Con la llegada a la Secretaría General del PSOE Pedro Sánchez se encuentra ante un panorama totalmente nuevo para él. Ocupar el cargo de líder de la oposición, así como ostentar el mayor cargo en su partido, le abre un abanico mediático inédito. En su etapa de simple diputado solo disponía del Congreso de los Diputados para su proyección, sin embargo, en esta nueva posición; los medios de comunicación suponen el espacio perfecto para la atracción de la ciudadanía, con la vista puesta en las Elecciones Generales del 20 de diciembre de 2015.

Como Pedro Sánchez reconoce en *Manual de Resistencia*, llegaba una etapa en la que se tenía que dar a conocer. Por aquel entonces, los principales atributos que se le atribuían al sucesor de Rubalcaba eran relacionados con su belleza física; por lo tanto, se buscaban los medios para añadir mayor variedad de percepciones en la población. Una de las primeras apariciones en televisión de Pedro Sánchez se produjo en el programa *Sálvame*. En realidad, no fue una aparición como tal, sino una conexión telefónica totalmente inesperada. Jorge Javier Vázquez, presentador del programa y declarado votante socialista, explicó en su espacio que dejaría de votar al PSOE por la

celebración del Toro de la Vega, una festividad de carácter taurino denostada por diversos sectores de la sociedad. Al enterarse, Pedro Sánchez decidió entrar en directo para intentar convencer a Jorge Javier de no modificar su voto. La acción causó revuelo debido a que no era, aún, muy habitual encontrar a políticos en programas de esta índole.

Por otra parte, en el trayecto que va desde final de 2014 hasta el periodo de campaña electoral en 2015, Pedro Sánchez va recorriendo programas de televisión como *El Hormiguero* o *Planeta Calleja*. Ambos son programas que se sitúan en una franja de *prime time*, lo que concede un nivel de alcance de gran envergadura. Estos dos últimos, además, son programas que dan pie a mostrar una faceta del candidato más humana. En el programa de Jesús Calleja es más evidente todavía esta cuestión. Pedro Sánchez se muestra como una persona familiar, inmerso en el proceso de construcción del candidato como individuo corriente y con el objetivo de generar esa conexión empática con el elector. El programa atraviesa dos fases, en la primera parte del programa, y más extensa, se muestra el día a día de Pedro Sánchez.

El día comienza con Jesús Calleja y Pedro Sánchez realizando una carrera por la Casa de Campo de Madrid, en la cual se puede ver al político socialista con vestimenta deportiva. Unas prendas poco usuales de las que acostumbramos a ver en los políticos. Aunque resulte lógico que en una sesión de deporte se vista de esta manera, no es tan habitual verlo en un espacio televisivo, a la vista de los ciudadanos; ahí es donde radica la diferencia. Después del deporte, Pedro le abre las puertas de su casa en Pozuelo de Alarcón a Jesús Calleja. Es una vivienda que se podría calificar de normal, un piso de varias habitaciones en una urbanización de las afueras de la capital. La sensación que causa en el espectador es de persona corriente, con una vida como la del televidente y generando empatías.

Después de esto se marchan a la sede de la soberanía nacional para convivir con el líder socialista en un día de trabajo. En la Puerta de los Leones Jesús Calleja realiza pequeñas preguntas a compañeros parlamentarios socialistas acerca de Pedro Sánchez, lo que permite conocer más en profundidad a la persona. Mientras, Pedro Sánchez está en la Carrera de San Jerónimo parándose a hablar con diversos ciudadanos mostrando y, reiteramos, una imagen de accesibilidad que siempre es valorada de manera positiva. Se recalca que estuvo con un joven hablando todo el tiempo que él quiso. La inclusión de una pequeña charla con un padre de un neonato en el programa solo hace reforzar la

idea de un político abierto. Recordemos que a finales de 2014 las viejas formas de hacer política seguían muy presentes, Pedro Sánchez primero y Pablo Iglesias y Albert Rivera después fueron los primeros que explotaron esta característica tan inédita por aquel entonces. El formato del programa le otorga a Sánchez todas las facilidades para plasmar que imagen quiere mostrar a la ciudadanía y, en consecuencia, a los votantes.

En su despacho de Ferraz le cuenta sus aficiones, gustos e historia a Jesús, pero en realidad se la cuenta a todos los que observamos en ese momento el televisor. Sabe reconducir las preguntas que le realiza el presentador para introducir su *storytelling* personal: “mis padres son socialistas”. “Yo me hice socialista cuando me di cuenta de que mis abuelos no sabían leer ni escribir”. Mensajes que van calando porque son emocionalmente efectivos. Por otra parte, están muy segmentados, la historia de sus abuelos puede generar sentimientos recíprocos en personas de la generación de Pedro Sánchez que vieron como sus abuelos, testigos directos de la Guerra Civil y la posguerra, vivieron en la más absoluta miseria.

Cabe destacar, también en este programa, el momento en el que vuelven a casa y se encuentran con Begoña Gómez, mujer de Pedro Sánchez, y sus dos hijas. Se aprecia que juega con ellas, les presta atención y tiempo; también pone la mesa para cenar y se atisba que realiza labores domésticas, hechos que terminarían de confirmar Begoña. Es evidente que la construcción de la imagen del candidato como individuo normal y corriente vive en este momento de su trayectoria política el periodo de máximo esplendor. Como dijimos, el inicio del recorrido de Pedro Sánchez como aspirante a presidente del Gobierno está totalmente impregnado de esta versión maquettata bajo los estándares de la comunicación política.

Nos desplazamos ahora a junio de 2015. El PSOE ha obtenido resultados poco desdeñables en las elecciones municipales y autonómicas del mes anterior, lo que le ha permitido recuperar el poder en algunas comunidades autónomas. Sin embargo, muchos bastones de mando de ciudades claves españolas como Madrid, Cádiz, Barcelona o A Coruña han ido a parar a Podemos. Ciudadanos por su parte ha obtenido representación en numerosos puntos de España y sigue cogiendo impulso en las encuestas. Siendo esta la situación, Pedro Sánchez teme que pierda carga de sufragios por ambos flancos. Decide pues, y con el desafío soberanista en el inicio de su posterior efervescencia, dirigirse a un sector específico de votantes en su proclamación como candidato a la Presidencia del Gobierno de España. La proclamación se convierte en un acto

multitudinario al que asisten también diversas personalidades del PSOE y los más allegados a Pedro Sánchez. Se trata de la culminación a la labor que llevaba haciendo desde hace casi un año cuando fue elegido secretario general socialista. Finalmente, y acallando los rumores sobre su presencia encabezando las listas por Madrid, es elegido candidato. Analizamos pues esta intervención

Ilustración 4: Pedro Sánchez en su proclamación como candidato a la Presidencia del Gobierno.



Fuente 4: Canal oficial del PSOE en YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=3V5PxNMGNpg>. Consultado el 30/04/2020

Una vez Javier Fernández, por aquel entonces presidente del Principado de Asturias, presenta al candidato, la pantalla posicionada en el fondo pasa a proyectar una inmensa bandera de España. Anteriormente mostraba el lema elegido por el PSOE para las elecciones: ‘El cambio que une’, el cual comentaremos después. Debido a la fuga de votos por su costado más centrista, y provocado por la incipiente crisis en Cataluña; Pedro Sánchez decide desplegar la bandera nacional como símbolo de unión, justo lo que esgrime el eslogan que le acompaña en el atril.

A esto hay que añadir que Sánchez estaba empezando a recibir presiones por supuestos *affaires* con Podemos debido a los pactos en diversas capitales de provincia. En esta ocasión, Pedro Sánchez nos muestra su faceta más institucional y comprometida con el PSOE, menos centrada en el impulso personal. Esa versión más ligada al liderazgo de la formación sigue estando acompañada por contundentes dosis de narrativas corrientes de su persona, tal como hemos venido explicando. Su inicio está comprendido en su

totalidad por un surtido de agradecimientos y agasajos a familiares y amigos que muestran su lado más humano, ese que tanto ha estado urdiendo en su detallado plan comunicativo. Aun así, sigue construyendo el inicio de su discurso explicando la importancia de su organización, incluso afirma que el PSOE es “el partido más importante de la historia de España”.

Ilustración 5: Pedro Sánchez en su discurso de proclamación.



Fuente 5: Canal oficial del PSOE en YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=3V5PxNMGNpg>. Consultado el: 30/04/2020

Esa imagen institucional es aún más palpable con la percepción que nos da la corbata roja, símbolo de unión a la organización, nada se deja al azar. La primera parte del discurso sigue discurriendo por los mismos derroteros, las loas a los predecesores presentes como Zapatero y Rubalcaba no dejan de sucederse. Asimismo, también se entremezclan con guiños a los barones. Nos encontramos ante el clímax del periodo de subordinación que, a nuestro parecer, tiene Sánchez a las diversas federaciones que le han llevado a ocupar el despacho principal de la cuarta planta de Ferraz.

El diario *El País* escribió en su editorial *Izquierda y bandera* acerca del acto de proclamación de Pedro Sánchez como candidato a La Moncloa. En el artículo se debate sobre la idoneidad de la colocación de la bandera. Analizamos unos fragmentos para entender la posición que toma la publicación: “No hay incompatibilidad entre los emblemas de España y un proyecto progresista de democracia, como pretenden algunos sectores izquierdistas”. En estas líneas podemos ya delimitar el alineamiento del

periódico con la decisión que tomó Sánchez y su equipo en la colocación de bandera de España. Esta postura de *El País* es más notoria según avanzamos en el texto, aunque podemos observar cómo ya el diario concita dudas en torno a Pedro Sánchez:

En realidad, lo que faltó en el acto protagonizado por el líder socialista es un asunto importante: precisar la propuesta que quiere presentar a la sociedad y dar pistas sobre el equipo con el que aspira a dirigir el país en caso de que los votos le sitúen en condiciones de hacerlo (*El País*, 22 de junio de 2015)

Podemos asimilar este fragmento como una advertencia velada del diario al candidato socialista. Un aviso de que no posee carta blanca por parte del propio medio y que todo será examinado con detenimiento. Además, en editoriales anteriores ya se aludía a pequeños conatos de división interna, sobre todo entre Susana Díaz y Pedro Sánchez. Serán la germinación de los procesos cruentos que vivirá el PSOE en 2016.

En este punto del epígrafe procedamos pues a analizar los spots electorales que realizó el PSOE para las elecciones del 20-D. Pese a que en los últimos años han perdido la importancia que se les confería entonces, siguen constituyendo un eje básico de toda campaña electoral. En estos primeros comicios vamos a analizar tres videos a través de lo que nos pueden mostrar de la situación del partido y del candidato. En primer lugar, tenemos uno con un formato de estilo activista. Lo definen como Plataforma de Apoyo al Candidato y recoge los testimonios de personajes reconocidos de distintas áreas como: Carmen Alborch, Álvaro Luna o Javier Ledesma. Todos se encuentran allí por un mismo motivo, ese conjunto de personalidades ha adquirido un compromiso con el candidato, les une Pedro; tal como esgrime el lema del spot.

Ilustración 6: Fragmento del spot "Nos une Pedro".



Fuente 6: Canal oficial del PSOE en YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=HR4nupKXH8>. Consultado el: 01/05/2020

Este spot trabaja una técnica extendida en la comunicación política: el candidato no aparece en ningún momento, pero está presente en todo el vídeo; es el elefante en la habitación. A través de portavoces, tanto mediáticos como no mediáticos, se construye una percepción de Pedro Sánchez de personas que no tienen una vinculación fraterna o laboral con él, lo que le otorga mayor peso al testimonio al no estar “contaminado”. Como explica Xavier Peytibi (2020), estos activistas pueden hacer campaña por el candidato generando información positiva del mismo. Siendo esto así existen mayores probabilidades de persuasión del votante.

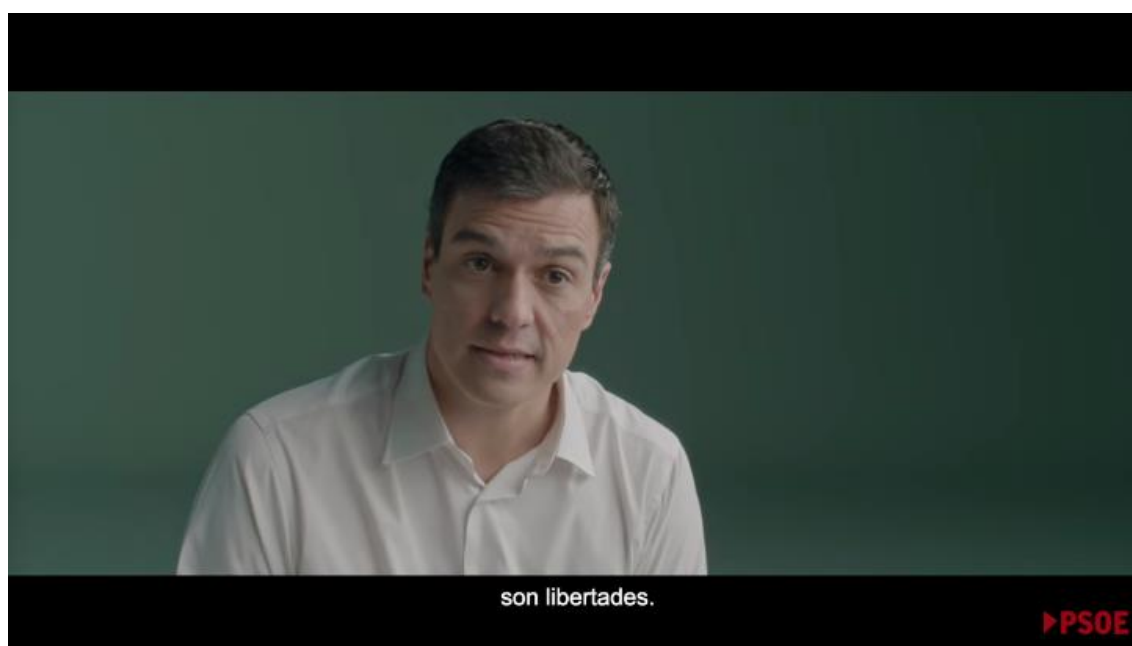
Ilustración 7: Fragmento del spot: “Un proyecto de futuro para la mayoría”.



Fuente 7: Canal oficial del PSOE en YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=sAz3Q9XephI>. Consultado el: 01/05/2020

El segundo spot que analizaremos está enfocado en las propuestas que quiere llevar a cabo el PSOE si consigue gobernar. La pieza consiste en una conjunción de voz en *off* con la explicación del programa político con las piezas que aparecen en la imagen. En este sentido, y tal como ocurre en el anterior, no hay rastro de Pedro Sánchez. Pero esta vez es distinto pues se le aparta y no se realiza ninguna mención, ni implícita ni explícita a su persona. Este vídeo se lanzó a la par con otros que tuvieron relativo éxito de interacción como el de IU (Izquierda Unida) o el famoso *híster* del spot del PP. Sin embargo, éste no tuvo tanto peso como los de sus competidores; nos sorprende la falta de apariciones de Sánchez en los spots, dotando de mayor protagonismo a la imagen y trayectoria del partido que al líder y candidato.

Ilustración 8: Pedro Sánchez en el spot: "Un futuro para la mayoría".



Fuente 8: Canal oficial del PSOE en YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=dr1BY0vUf2w>. Consultado el: 01/05/2020

Finalmente, el tercer spot que analizaremos de los dedicados a las Elecciones Generales del 20 de diciembre tiene una participación de Pedro Sánchez en el epílogo del vídeo. Con una estructura similar a la del primer spot, éste recoge testimonios de distintas personas anónimas y corrientes sobre lo que quieren, sus deseos e inquietudes que pueden resolverles la política. Estos testimonios se encuentran en español, euskera, *galego* y catalán. El PSOE ha defendido a lo largo de los años un proyecto federalista que recoja todas las sensibilidades que existen en España. No es pues que el ejercicio en forma de relato de esta propuesta programática. Por otra parte, el título del spot ahonda en dos términos que aparecen reflejados en el vídeo: futuro y mayoría. El ‘futuro’ es una palabra común, nos sugiere progreso, avance, desarrollo individual o mejores oportunidades; mientras que ‘mayoría’ sugestiona lo necesario para llevar adelante las reformas necesarias para pensar esos sueños e inquietudes a las que anteriormente aludíamos.

Las elecciones del 20-D mostraron dos escenarios en el seno del PSOE, una dicotomía de entusiasmo y de alivio. La formación socialista neutralizó el temido *sorpasso* de Podemos. Solamente separaron a ambas formaciones menos de 500 mil votos y 21 escaños, pero se resistió el envite. El Partido Popular suma 123 escaños, por los 90 de los socialistas. En el polo opuesto se encuentra el entusiasmo en la zona noble

de Ferraz al comprobar que una suma alternativa a la del PP es posible. Como es habitual, después de haber sido escrutado un gran porcentaje de los votos, los candidatos salen con sus acólitos a valorar el resultado.

Pedro Sánchez lo hace junto a sus más allegados: Cesar Luena, Antonio Hernando, Meritxell Batet, entre otros. A gritos de ‘presidente’, el candidato reafirma su orgullo de representar al PSOE en dichos comicios. Ante la aparición de las nuevas formaciones en el panorama político español, Pedro Sánchez advierte: “El PSOE está abierto a debatir, a dialogar y a acordar”. Sin embargo, recuerda que corresponde al partido ganador la voluntad de intentar formar gobierno, tal como le asesoró Rubalcaba que dijese y como cuenta Carmen Torres en *Instinto de poder*. Debemos apuntar que, en enero de 2016, Mariano Rajoy deslizó la posibilidad de formar una coalición entre PP y PSOE, propuesta que tuvo el no de Sánchez. Siendo más concretos, la respuesta fue ‘no es no’. La base discursiva que legitimaba su rechazo a cualquier tipo de alianza con el PP.

Pedro Sánchez considera que debe lealtad a los militantes, no a los barones socialistas. Días después de los comicios intenta buscar una alternativa con Podemos y el resto de los partidos nacionalistas, aunque es difícil, aritméticamente es posible. La mayoría de las federaciones territoriales se niegan en rotundo a que tal pacto se materialice y así lo manifiestan en diversas declaraciones, lo que provocará el primer choque mediático entre Pedro Sánchez y los líderes autonómicos. Así lo refleja el editorial del 26 de diciembre: *La tarea de los socialistas*. Poniéndonos en contexto, Podemos defendía en aquellos momentos un referéndum de autodeterminación para Cataluña como una de sus principales medidas, incluso para la negociación. Algo que los barones no toleraban y Pedro Sánchez emprendió la negociación pese a ello:

Pero la presidenta andaluza, Susana Díaz, y otros barones territoriales del PSOE se oponen a que Pedro Sánchez tenga margen para negociar ese asunto. Y el propio secretario general trata de reducir las tensiones al asegurar que jamás negociará algo que ponga en juego la unidad de España [...] Pedro Sánchez necesita contar con los dirigentes territoriales, y estos no ganan nada desestabilizando al secretario general como si estuvieran ya en la última casilla antes de la repetición de elecciones y de la celebración de un congreso en el que, ahí sí, habrá de dirimirse la batalla por el poder interno (*El País*, 26 de diciembre de 2015).

Como hemos venido contando a lo largo de este estudio y sobre todo en los epígrafes introductorios de éste, la relación de Pedro Sánchez con los medios de comunicación sufre un giro en esta primera etapa como secretario general. Tal como podemos

comprobar, *El País* demuestra un apoyo implícito al líder socialista, la cabecera deposita en él un voto de confianza mientras las negociaciones sigan en funcionamiento. Aunque ponen la vista en un hipotético congreso que dirimiera las cada vez más palpables tensiones internas. Lo que se celebra el 28 de diciembre es un Comité Federal, órgano encargado de dirigir la política de pactos del partido. El PSOE era, en aquel momento, una organización en la que el secretario tenía un poder muy limitado y las grandes decisiones eran tomadas por un conjunto amplio. Aquel Comité Federal hizo público y notorio que las distancias entre los barones y Pedro Sánchez eran insalvables. *El País* publica su editorial *Acuerdo de mínimos* acerca del evento:

El secretario general sale de la reunión del comité federal con capacidades muy limitadas para representar al partido. La condición más llamativa es la de no sentarse con Podemos hasta que este “renuncie” al referéndum exigido para Cataluña; una limitación que prácticamente equivale a cerrar la puerta a Pablo Iglesias. Es bastante paradójico que el Partido Socialista sea el mismo que anima, como es debido, a Rajoy a negociar sin condiciones previas con Mas (*El País*, 28 de diciembre de 2015).

Es interesante mostrar el alineamiento del periódico con Pedro Sánchez en estos momentos. Este fragmento hace que rescatemos de nuevo a Gordillo (2004), su teoría de apoyo de los medios de comunicación a los líderes se puede demostrar en las dos vertientes: desgaste y refuerzo. En este caso la cabecera opta por el refuerzo del candidato, lo que de cara a la opinión pública suele ser algo beneficioso. La presión resultó efectiva, y tras no intentar Rajoy formar gobierno, Pedro Sánchez suscribió un pacto con Ciudadanos refrendado por la militancia socialista. Es curioso este proceso al haber indicado con anterioridad la posición ideológica de los afiliados al PSOE. A nuestro parecer es un apoyo incondicional de ésta a su secretario general, debido a las constantes divisiones internas que afloraban semana tras semana en la formación. El 4 de marzo Pedro Sánchez es el primer candidato en la historia de la democracia española en perder una sesión de investidura. Solo consigue 131 votos favorables y, tras dos meses de negociaciones estancadas, se establece otra convocatoria electoral para el 26 de junio.

Mientras tanto las tensiones en el PSOE siguen en aumento. Todo parece indicar que el futuro de Pedro Sánchez en la formación está supeditado a una victoria en los nuevos comicios de junio. El sector crítico pide la celebración del Congreso para cuestionar el liderazgo de Sánchez, pero con la gobernabilidad de España en juego, los barones deciden aguardar el desenlace de la contienda de los pactos. Como hicimos en el

anterior proceso electoral, vamos a analizar los spots que el PSOE preparó para esta segunda vuelta. Para ser más específicos analizaremos un spot de campaña y el llamado “minuto de oro” de Pedro Sánchez en el debate a cuatro celebrado por las distintas cadenas de televisión.

Ilustración 9: Fotograma de Pedro Sánchez en el spot.



Fuente 9: Canal oficial del PSOE en YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=-FrjyosulnE>. Consultado el: 03/05/2020

El lema socialista en campaña fue ‘un sí por el cambio’. En palabras de García Robles (2017), es una opción que desprende la voluntad de diálogo que el PSOE tuvo en todo el proceso de negociaciones después de las elecciones de diciembre. Así lo refleja el spot titulado ‘el 26 de junio te mereces un sí’. En contraposición con los spots de la anterior campaña electoral, Pedro Sánchez toma el protagonismo en esta ocasión e inicia el vídeo reflejando el lema de campaña. En términos discursivos, y con la perspectiva que nos otorga el conocimiento de la situación política, el equipo de Sánchez trabajo en darle la vuelta al ‘no es no’. Es decir, un sí a Sánchez se convierte intrínsecamente en un no a Rajoy. Ese sí es también una afirmación por el cambio, algo que nuevamente conforma un relato creativo en la clasificación que sugerimos para el análisis de estos elementos básicos en política. Al final del spot una multitud porta diversas flores, entre ellas rosas que simbolizan el PSOE, y se reúnen en torno a un ‘sí’ gigante.

De forma metafórica ese ‘sí’ hecho a base de flores representa al propio Pedro Sánchez y cada flor es un voto. Es el ejercicio de sufragio representado de manera que pueda

movilizar a un electorado desencantado. A nuestro parecer es un claro retrato de la elección del héroe, un Pedro Sánchez que parte del pueblo, como se muestra al inicio del spot y que luego no aparece, porque su figura queda representada en el ‘sí’ del final del spot. Es el germen de la transformación mítica que veremos en el posterior epígrafe.

Pasemos a analizar el “minuto de oro” de Pedro Sánchez en el debate a cuatro celebrado el 13 de junio. Después de los temas principales, los candidatos disponen de un minuto final para dirigirse a los electores y explicarles porque tienen que elegir al candidato o a la formación. Este *speech* contiene muchas claves discursivas que conforman todo el engranaje que contiene la construcción del candidato y de su relato político:

Seis meses después estamos llamados a las urnas de nuevo y puede que estés dudando en ir a votar, o no, el próximo 26 de junio. Pero son unas elecciones muy importantes. Estamos muy cerca de lograr el cambio. Para lograr ese cambio, y salir del bloqueo político de los extremos, necesitamos un Partido Socialista fuerte, un Partido Socialista ganador. Así que yo no te voy a pedir el voto, simplemente te voy a pedir que pienses en los tuyos. Que pienses en las becas de tus hijos. Que pienses en las mujeres que sufren la desigualdad salarial, que sufren la violencia de género. Que pienses en los mayores y sus pensiones. Que pienses en los jóvenes que han salido fuera, como consecuencia de la falta de oportunidades dentro. Que pienses en los dependientes y los familiares que cuidan a los dependientes. Que pienses en los niños que sufren la pobreza infantil. Que pienses, también, en las mujeres que ahora mismo necesitan una oportunidad que les niega la sociedad. Que pienses sobre todo en tus hijos, en tus nietos y en tus nietas, en que merecen un futuro mejor en una España mejor. Si piensas en todos ellos estoy convencido de que el próximo 26 de junio irás a votar. Dirás "sí" al cambio. Dirás "sí" al Partido Socialista (*La Sexta Noticias*, 14 de junio de 2016).

Recordando a Piñuel, Gaitán y Lozano (2017), los discursos deben poseer una dualidad que les permita ser entendidos por el otro y que este otro entienda, a modo de acuerdo implícito. La dualidad de este discurso se encierra en el reconocimiento de la existencia de un electorado proclive a la abstención, pero que al mismo tiempo son potenciales votantes socialistas. Pedro Sánchez pone el foco en esta idea-fuerza: no te pido el voto, pero piensa en lo que siempre te ha hecho votar al PSOE. Siendo esto así rememora todas aquellas conquistas del partido en sus etapas de gobierno apelando directamente a las personas que pueden sentirse aludidas con sus palabras. El relato desafío que articula Pedro Sánchez en su “minuto de oro” busca la fidelidad que cree perdida.

El 26 de junio el PSOE no consiguió recuperar esa fidelidad. El partido perdió cinco diputados y empeoró su peor resultado histórico, el cosechado en los anteriores comicios. Aun así, el PSOE consiguió resistir el temido *sorpasso* de Unidos Podemos, la coalición electoral conformada por Podemos e Izquierda Unida que se quedó en 69 escaños. Esta vez desde Ferraz no se agarraban a los números, Rajoy sería presidente. En la cabeza de todo ya sobrevuela la idea de la abstención para permitir la gobernabilidad de España. Durante el verano, los líderes políticos guardan un silencio atronador y desde el diario *El País* se realizan numerosas editoriales que reflejan el giro valorativo hacia Pedro Sánchez. El 31 de julio, la cabecera publica *El dilema de Sánchez*, cuando ya se va haciendo más palpable intención del líder socialista de intentar formar gobierno si fracasa Rajoy porque el ‘no es no’ sigue vigente. Mientras, los barones territoriales y las figuras históricas del PSOE abogan por la abstención.

En estas circunstancias, abstenerse en una eventual votación de investidura no significaría en absoluto endosar la figura de Rajoy, sino certificar que con los resultados electorales del 26-J, el paso a la oposición requiere, como condición sine qua non, la existencia previa de un Gobierno [...] El PSOE de Sánchez está adentrándose por la misma y peligrosa senda en la que han acabado los laboristas británicos con el liderazgo de Jeremy Corbyn: la de pasar de ser un partido de amplio espectro ideológico y social, con muy buenas posibilidades de llegar al Gobierno, a convertirse en un partido que solo puede sostenerse ante sus militantes pero no ante el suficiente número de votantes como para convertirlo en una alternativa de Gobierno. El dilema de Sánchez no es entre Gobierno u oposición, sino entre oposición e irrelevancia (*El País*, 31 de julio de 2016).

Observamos pues el cambio radical de posiciones de *El País*. No solo en la decisión que debe tomar el PSOE, sino también en la propia figura de Pedro Sánchez. Se empieza a percibir el desprecio a su liderazgo y, por otra parte, se allana mediáticamente el camino de la abstención. Hay que recordar que un amplio número de votantes y afiliados socialistas son fieles lectores del periódico. Dicho esto, la posición del diario puede generar una influencia sobre las acciones de estas personas. Es de los primeros intentos de desplazamiento de la opinión pública cercana al PSOE para compartir la idea de la abstención, toda una tarea de erosión ideológica. A mediados de septiembre Pedro Sánchez muestra definitivamente sus cartas. El líder socialista buscará nuevamente la formación de un gobierno alternativo con Podemos y Ciudadanos, pese al pacto ya establecido entre el PP y la organización de Albert Rivera. Acusa a los barones socialistas de situarse a favor de la abstención y, tras reunir a su Ejecutiva permanente, convoca el Comité Federal para el 1 de octubre para reforzarse, pero será su crucifixión.

4.4. EL CANDIDATO DE LAS BASES. DEL “NO ES NO” AL “SÍ ES SÍ” COMO EJE DISCURSIVO (2016-2017)

El 1 de octubre de 2016 marca un antes y un después en la historia del PSOE. Son las ocho de la mañana y centenares de simpatizantes socialistas y periodistas esperan la llegada de los principales protagonistas: Susana Díaz y Pedro Sánchez, ambos con su respectivo grupo de acólitos. El sector crítico recibe un sonoro rechazo, mientras que los fieles a Sánchez escuchan una enorme algarabía positiva en su llegada a Ferraz. Antes de comenzar la militancia del PSOE ha hablado. Pero para entender con mayor precisión esta escalada de tensiones hay que retrotraerse a una semana antes.

El 23 de septiembre *El País* publica en su editorial *La deriva de Sánchez*. Este artículo supone la toma definitiva de partido del periódico, de forma velada, en señalar, bajo su óptica, la inoperancia de Pedro Sánchez para intentar desbloquear la situación de gobernabilidad en España:

Esa reflexión se va a hacer aún más necesaria y urgente a partir del próximo domingo, cuando se prevé un nuevo desastre electoral socialista en Galicia y el País Vasco. Uno más de la era Sánchez. No parece, por tanto, que sea él la persona más adecuada para encabezar la travesía del desierto que tendrá que abordar el PSOE tras la sangría de votos sufrida en las últimas citas electorales (*El País*, 23 de septiembre de 2016).

Es, sin duda, una sentencia sin paliativos por parte del principal periódico de España. Podemos empezar a observar, como indicamos en anteriores editoriales, el giro editorial de la publicación a la hora de valorar al líder socialista. Tanto es así que Pedro Sánchez puede ser visto como un político de signo ideológico contrario a lo que comúnmente, y a lo largo de su historia, ha defendido la línea editorial de *El País*. Estas críticas no se producían ni en diarios vinculados a la derecha política, ataques soterrados y sin cuartel.

Dicho esto, lo que intentan desde la cúpula del periódico es la censura total a Sánchez. Es pues interesante señalar el efecto inverso al que se produjo con Bush en 2004. Si en el primer caso se ensalzó a un líder de tangibles diferencias ideológicas con el diario, con Sánchez se destierra al líder afín con la tradición editorial de la cabecera. Es el mismo proceso encerrado en una dualidad que emana intransigencia.

Siendo esto así la militancia socialista está atónita ante los sucesivos ataques que recibe su líder por parte del periódico más alineado a sus tesis. El ‘no es no’ ha calado en unos militantes situados más a la izquierda de lo que creen los barones socialistas. El

razonamiento de estos afiliados es simple: si hemos elegido un secretario general, éste no puede ser depuesto por otro en un proceso que no cuente con nuestra participación. Así pues, Pedro Sánchez baraja esa carta como su principal baza. Realizar un plebiscito sobre su persona en el Comité Federal que conduzca a unas primarias para revalidar el cargo. Los barones se muestran contrarios a que la militancia sea partícipe de toda decisión: el relato desafío de Sánchez ha comenzado.

Durante esa semana, se publican dos editoriales más de *El País*: *Un partido secuestrado* y *Salvar al PSOE*. Éstas dejan a las claras la presión mediática que está siendo ejercida contra Pedro Sánchez. En ambos editoriales se pueden extraer fragmentos que vienen a reforzar la otra vertiente de la teoría que sostiene Gordillo (2004) respecto al respaldo mediático. Introduzcamos unos fragmentos para que resulte más ilustrativo. En primer lugar, en *Un partido secuestrado*, el diario se dirige en estos términos al líder socialista:

El secretario general del PSOE, Pedro Sánchez, se ha sacado de la manga una carta tramposa para eludir las responsabilidades que le corresponden por la sucesión de gravísimas derrotas electorales. Consiste en convocar a los militantes a unas primarias, concebidas en realidad como un plebiscito en torno a su persona, en plazo tan perentorio como el 23 de octubre; y a un congreso en los primeros días de diciembre bajo el siguiente chantaje político: o se está contra Rajoy, o se está a su favor (*El País*, 26 de septiembre de 2016).

¿Qué pueden pensar los militantes de estas afirmaciones? Es decir, ¿qué razonamiento realizarán tras leer estas crudas palabras? El periódico se está posicionando de manera vehemente en contra de cualquier proceso de consulta a la militancia que quiera convocar el secretario general socialista, el líder del partido. Además, los afiliados asocian esta postura del medio con la de los barones socialistas, que ya habían rechazado de manera pública que todo se someta al escrutinio de las bases.

Entonces, ¿qué relato está empezando a florecer en todo esto? El relato desafío de un Pedro Sánchez, referenciándolo siempre en términos bélicos, luchando contra sus propios compañeros de partido y un aparato mediático que quiere impedir el voto de la militancia. Todo este constructo queda simplificado a una dualidad: débil y fuerte. Y cómo comentábamos a lo largo de todo este trabajo, las historias y los relatos nos ayudan a entender la realidad. El mito como elemento hermenéutico atemporal posibilita que las bases produzcan en sus imaginarios la imagen de un mártir que lucha por sus intereses.

El editorial continúa azuzando a la propia militancia del partido en extractos posteriores. En torno a la posibilidad de que Pedro Sánchez quiera reforzarse para poder negociar un gobierno alternativo con Podemos y Ciudadanos, *El País* señala lo siguiente:

A estas alturas, parece un insulto a la inteligencia hacer creer a la militancia y a miles de personas de buena fe que tal fórmula de gobierno es realmente posible y que el PSOE tiene la fuerza como para liderarla. En todo caso, si Sánchez está convencido de que ese debería ser el camino, lo lógico es que pidiera autorización al comité federal del próximo sábado para recorrerlo y atenerse a lo que allí se decida. Pero no es eso lo que plantea al comité federal, sino que intenta el órdago de que convoque ya un congreso en un partido secuestrado por el falso dilema del sí o no a Rajoy (*El País*, 23 de septiembre de 2016).

Recordamos a Marc Augé (1998) y a Serrano y Miranda (2017) para hablar de las alteridades mediadoras en esta cita. Definíamos a las alteridades mediadoras, en base a los estudios de los tres autores anteriores, como la concepción que tienen los otros sobre el grupo. La publicación realiza un juicio valorativo, aparentemente negativo, sobre las capacidades reflexivas de las bases acerca de la percepción que tienen del secretario general. Así pues, *la militancia conforma ya un grupo social, puesto que es reconocido por los otros*. Y qué práctica ritualista antonomástica le es inherente a una militancia: el sufragio. El sufragio es un proceso ritual que pertenece al grupo. Un grupo que, en términos de mayor amplitud e incluyendo a los miembros del partido afines a Pedro Sánchez, se llamará *sanchismo*. Es decir, la militancia queda representada ya en la figura de Pedro Sánchez.

Dos días antes del editorial *Salvar al PSOE*, Felipe González realiza una serie de declaraciones en la *Cadena SER* valorando la situación del partido. En ellas afirma que Pedro Sánchez quiere un “gobierno Frankenstein aupado por los que quieren romper España”. El expresidente del gobierno asegura también que Sánchez “le ha mentado, porque me dijo que se iba a abstener en segunda votación en la investidura”. Ese mismo día el líder socialista concede una entrevista a *El Diario.es*. Vamos a recoger una serie de declaraciones de especial relevancia para nuestro estudio: “Al secretario general del PSOE se le eligió por primera vez en la historia del partido por un proceso de primarias, es decir, por el voto directo secreto de la militancia y así tiene que ser elegido el próximo secretario general”. “Mi decisión es la que llevé al Comité Federal en julio y es una decisión que conecta perfectamente con el sentimiento que tienen los militantes del PSOE y, especialmente, los votantes: decir no a Mariano Rajoy y sí a un gobierno alternativo”. “Felipe González está en el bando de la abstención, yo estoy en el bando

del voto en contra a Mariano Rajoy para crear un gobierno alternativo. A mí me gustaría saber en qué bando está Susana Díaz” culmina Pedro Sánchez.

Con estas palabras se ordenan las fichas del tablero de la batalla interna del PSOE. Por un lado, se encuentra la militancia, los fieles a Sánchez y él mismo en un lado y con una decisión: votar que no en la investidura. Por otro, diversos altos cargos del partido, gran parte de los barones territoriales y las figuras históricas de la formación con la opinión de realizar una abstención. El imaginario colectivo ya ha sido configurado en esta guerra de posiciones, lo que hace que Sánchez sea el adalid de las bases, su representante de cara a unas personas que consideran alejados de la izquierda. Ya que, como hemos venido comentando, los votantes socialistas y la militancia estaban en contra de una abstención para permitir gobernar al PP. Las declaraciones del líder socialista provocan que la mitad más uno de su ejecutiva dimita en bloque presionada por los líderes autonómicos discordantes. Pedro Sánchez está cada vez más acorralado.

El mismo 1 de octubre, *El País* publica el editorial *Salvar al PSOE*. Es en este artículo es donde se terminan de acometer los mayores ataques hacia Pedro Sánchez como secretario general del PSOE. Citemos el pasaje de mayor relevancia para un mayor entendimiento de la situación:

La salida del secretario general del PSOE, Pedro Sánchez, forzado por la dimisión este miércoles de una mayoría de su comisión ejecutiva, es imprescindible [...] Cualquier dirigente político cabal lo hubiera hecho sin dudarlo. Pero Sánchez ha resultado no ser un dirigente cabal, sino un insensato sin escrúpulos que no duda en destruir el partido que con tanto desacierto ha dirigido antes que reconocer su enorme fracaso (*El País*, 1 de octubre de 2016).

Los exabruptos y los vilipendios hacia Pedro Sánchez son patentes. No entramos a valorar el correcto uso de la palabra, pues eso corresponde al propio medio de comunicación, sino que ponemos el foco en la tarea de erosión que realiza el periódico en su labor de deslegitimar a un secretario general. Vale la pena recordar que la elección de Sánchez como líder del partido fue producida por el voto de los militantes y que, en términos de legitimación, la misma figura debe ser la encargada de retirarle ese poder. Así pues, un cese de Sánchez es visto como un golpe de Estado a ojos de las bases ya que entienden la situación de forma hermenéutica y estableciendo los paralelismos históricos que poseemos en nuestra cosmovisión. Es el mito político lo que les otorga esta óptica de derrocamiento del líder elegido mediante los procesos de la democracia.

Mientras todos los miembros del Comité Federal van entrando en Ferraz diversos canales de televisión informan del minuto a minuto de la situación como si se tratase de un evento deportivo de gran trascendencia. *Es uno de los mayores episodios de espectacularización de la política que se ha visto en España.* No existen grabaciones del interior del edificio, solo imágenes sueltas de diversos barones hablando en corros en el patio interior de la sede socialista. Da la sensación de que todo se produce entre bambalinas y con sumo reparo hacia la opacidad de cara al exterior. Entrada la noche salta la noticia: Pedro Sánchez ha dimitido como secretario general, una gestora tomará el liderazgo del partido hasta que se convoque un Congreso que dirima el sucesor.

El estupor y la indignación se desatan en los alrededores de Ferraz. Mediante la emisión íntegra del Comité Federal a través de los medios de comunicación y la información que llegaba a cuentagotas los ciudadanos, y más concretamente los votantes y militantes socialistas, se ha proyectado una maniobra de derrocamiento de Pedro Sánchez como secretario general. Diversas personalidades del partido, de uno y otro signo, declaran ante la prensa la fractura total que vive el partido. Tras renunciar a su cargo, Pedro Sánchez comparece públicamente para anunciar su dimisión. Analizamos lo más revelador:

Mis padres me enseñaron que lo más importante es sostener la palabra. Esa es mi palabra, la di ante todos los militantes y ante el Comité Federal también en cuanto a la posición que debía mantener el partido en el proceso de investidura del señor Rajoy. Lo he hecho con firmes convicciones. Desgraciadamente no han sido vencedoras y he anunciado ante el Comité Federal la dimisión de la Comisión Ejecutiva Federal y también de mi persona como secretario general (*Telemadrid*, 1 de octubre de 2016).

Es aquí donde empieza a florecer la figura del héroe personificada en Pedro Sánchez. Recogiendo la definición de héroe que realiza Del Valle (2013): “Aquel que, en el ejercicio pleno de su libertad individual, decide actuar motivado por sus propias convicciones y no condicionado en cambio por un grupo colectivo”. Sánchez es paradigma de esta definición y afronta el preludio de lo que será su construcción de héroe para las bases socialistas. El ya exsecretario general abandona Ferraz mientras que en su interior se conforma la gestora, que purga a la mayoría de los afines a Sánchez. Semanas después se aprueba la decisión de que el PSOE se abstenga en bloque en la investidura de Mariano Rajoy. Esta decisión es criticada por el sector *sanchista* que manifestará su voluntad de votar no en la sesión. Es todavía una incógnita que hará Pedro Sánchez en dicha jornada del 29 de octubre.

El 29 de octubre, día que Rajoy sería presumiblemente investido con la abstención del PSOE, Pedro Sánchez convoca una comparecencia a mediodía en el Congreso de los Diputados. Durante todo el mes de octubre en los medios de comunicación se debatía acerca de la postura que iba a tomar como diputado. Por una parte, él había ejercido como secretario general y romper con la disciplina de voto del partido le desacreditaba de cara al futuro en caso de que se presentara a unas hipotéticas primarias. Mientras que, si decidía abstenerse, habría faltado a su palabra y a todos los militantes que confiaron en su política. Por lo tanto, no ve otra salida que la de renunciar a su acta de diputado. Como es costumbre vamos a realizar el análisis de los aspectos más fundamentales de su comparecencia:

Con mi renuncia al acta no dejo la política, sino que voy a volver a empezar en ella como un militante del PSOE más. Un militante que en el próximo Congreso del PSOE trabajará de forma constructiva y leal para reformar un PSOE autónomo y alejado del PP. Un PSOE abierto y unido donde la militancia haga valer su voz en las decisiones trascendentes de la organización (*Europa Press*, 29 de octubre de 2016).

Ilustración 10: Pedro Sánchez renuncia a su acta de diputado.



Fuente 10: Canal oficial de Europa Press en YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=hNPXwyxDLWQ>. Consultado el: 07/05/2020

Sin miramientos Pedro Sánchez despeja la incógnita política de las últimas semanas. En contraposición con lo que se había especulado, él decide no abandonar la política y anuncia su participación como un militante más en el proceso de reconstrucción del PSOE poniendo a la militancia siempre por delante. Un discurso muy en coherencia con

lo defendido. En este primer tramo se le nota visiblemente compungido por la decisión que acaba de tomar. En relación con la imagen elegida para ilustrar este momento entendemos un cambio de vestuario acorde a su nueva posición, fuera de la política institucional a partir de ese mismo día y, como el mismo dice, como un militante raso del PSOE. Continuamos con el discurso y su interpretación:

Las razones de mi renuncia son bien conocidas: estoy en profundo desacuerdo con facilitar el Gobierno de Mariano Rajoy. Como muchos socialistas mantengo mi “no” firme y claro. Sin embargo, la decisión de la Gestora de votar en bloque me plantea una encrucijada que debo afrontar: o me abstengo, lo que significaría, no solamente traicionar a mi palabra, sino quebrar la confianza depositada en mi candidatura durante las últimas elecciones celebradas el pasado mes de junio. O bien voto no a la investidura de Mariano Rajoy, lo que para el máximo dirigente del PSOE que fui implicaría ir contra una resolución de mi organización. De las dos opciones que me da la Gestora no escojo ninguna [...] Dejo el escaño como diputado porque no renuncio a mis ideas y porque quiero a mi partido. Y anuncio que a partir del lunes cojo mi coche para recorrer de nuevo todos los rincones de España y escuchar a quienes no han sido escuchados que son los militantes y los votantes de izquierdas de nuestro país. Vamos todos juntos a recuperar el PSOE (*Europa Press*, 29 de octubre de 2016).

En una sucesión bien hilvanada señala como culpable de la renuncia de su acta parlamentaria a la Gestora, por no encontrar una solución consensuada con el sector *sanchista* de la formación. Por ello vuelve a imperar, como en el caso anteriormente analizado, la proyección y el inicio de la forja del héroe según recogíamos en la definición de Del Valle (2013). *Alegamos pues que este es el inicio del trayecto que construirá la imagen del héroe en Pedro Sánchez*. Retomando la clasificación de Osés (1995) sobre las fases que atraviesa el héroe indicamos el comienzo, en este punto, de la fase preliminar, es decir, la separación de la vida ordinaria que en ese momento constituye el compendio de ostentar la Secretaría General del PSOE, ya con el cargo extinguido, y el acta de diputado. Sin esos dos elementos se produce un abandono y, por ende, una separación de la política orgánica del partido e institucional. Así pues, Pedro Sánchez empieza a ser el fiel reflejo del héroe de la militancia ya que, incluso, se ha sacrificado en el ensalzamiento de los ideales. Este acto nos conduce directamente a la diversidad mitológica o historias que hacen empatizar con el líder político o el candidato. Sigamos pues con el discurso:

Con mi renuncia al acta deseo contribuir a dar a la política un sentido de fidelidad a la palabra dada y un sentido del compromiso que va más allá de la conveniencia personal. Quiero dejar constancia de que tengo otra visión de hacer política y que considero que la democracia se debe

nutrir de la necesaria ejemplaridad y de las nuevas maneras de participación ciudadana. No quiero dejar de expresar en esta comparecencia cuan dolorosa es la decisión que tomo (*Europa Press*, 29 de octubre de 2016).

Es en este momento donde Pedro Sánchez no puede contener el llanto y tiene que tomarse unos momentos antes de continuar. La expresión de la emoción en los políticos es una de las facetas a considerar en esa construcción del candidato como individuo normal y corriente y a la que otras veces hemos aludido en este estudio. Oliva, Pérez-Latorre y Besalú (2015) explican esa apertura emocional y “la expresión sincera de emociones” pues estos actos despiertan y depositan confianza en el político al ser estos sentimientos sinceros. Es pues el llanto una cadena de transmisión que invita a la credibilidad de una figura humana más allá de la profesión política.

Peytibi (2020) habla sobre la importancia de lograr la *memorabilidad* por parte de los candidatos. Ésta consiste en lograr que el ciudadano recuerde esa relación que mantuvo con el político. Aunque la *memorabilidad* es más efectiva sin intermediación digital, y pese a que en este caso no nos encontramos en una campaña electoral como tal, nosotros creemos que la empatía provocada por la existencia de unos ideales compartidos entre la militancia y los votantes que defendían el ‘no es no’ a Mariano Rajoy son lo suficientemente fuertes para lograr calar. Es pues una *memorabilidad transmedia*. Por otra parte, Pedro Sánchez sigue ahondando en un vehemente relato desafío que le refuerza ante los más allegados: los militantes y los votantes más alineados a sus tesis.

Tan solo un día después, y con el recuerdo de la comparecencia de renuncia al acta aún en la memoria, Pedro Sánchez concede una entrevista a Jordi Évole en su programa *Salvados*. Esta entrevista provoca una gran sacudida debido a las declaraciones de Sánchez que, sin ningún filtro adquirido por las responsabilidades, decide hablar sin restricciones. Además, el espacio recoge el testimonio de varios militantes del PSOE de distintas partes de España que, en su mayoría, están a favor de la posición de Pedro Sánchez. Éstos replican el argumentario de Pedro Sánchez como el no a Rajoy o la pluralidad de naciones en España. Mientras que la militante más proclive a la abstención pertenece al PSOE andaluz, la federación más crítica con la gestión llevada a cabo. Repasamos algunos fragmentos de las intervenciones de Sánchez:

La gestora quería situarme a mí, en especial, en una situación imposible [...] La única opción que tenía era salir del Congreso. De hecho, yo creo que esa era la intención de algunos de mis compañeros, el quitarme cualquier tipo de plataforma y de recurso para que en el proceso de

primarias que se abra una vez se convoque el Congreso Federal tenga los menos recursos posibles contra los aparatos que van a actuar a favor de otras candidaturas (Atresplayer, 2016).

Pedro Sánchez vuelve a reafirmarse en el discurso de confrontación dicotómico: bases representadas por su figura contra la Gestora liderada por los aparatos de la formación. Además, ya es casi un hecho su intención de presentarse a unas futuras primarias para ser de nuevo secretario general del PSOE. En términos mediáticos, Pedro Sánchez, tal como indica, ya no dispone de ningún espacio donde impulsar su presumible candidatura, al contrario de cuando se presentó a las primarias en una primera instancia en 2014.

Jordi Évole le realiza una pregunta interesante de cara a nuestra investigación. El periodista le comenta que las declaraciones de la comparecencia de renuncia al acta fueron “quijotescas, un Quijote que se monta en su Rocinante, el coche, y se va a cabalgar por España a luchar contra los gigantes”. El propio presentador descodifica el discurso de Sánchez de manera hermenéutica para relacionarlo con un héroe de la literatura universal, estrechamente relacionado con el mito. A esta cuestión Pedro Sánchez afirma que “tener algo de quijotismo en la política no viene mal, sobre todo en estos tiempos”. Évole asimila que los gigantes son los barones del partido y le plantea que no sabe “si Don Quijote termina venciendo a estos gigantes”. A lo que Sánchez sentencia diciendo que lo más importante es la ética. Así pues, se vuelve a reafirmar esta definición de héroe que pone por delante sus convicciones. Sigamos con otras importantes revelaciones:

Ha habido determinados medios de comunicación que sí me han dicho que, si hubiera habido un entendimiento entre el PSOE y Podemos, ellos lo criticarían e irían en contra de ello. No han sido medios de comunicación conservadores, sino medios de comunicación supuestamente progresistas, como *El País* [...] Lo que ha ocurrido en los medios de comunicación estos años es muy sintomático de los males que acechan a la democracia española [...] Ha habido responsables empresariales que han intentado influir a través de los medios de comunicación en las decisiones de los distintos organismos de las organizaciones políticas (Atresplayer, 2016).

Pedro Sánchez vierte estas acusaciones que no hacen solo que reforzar más el relato que intenta mantener, él es el paladín de las bases y los votantes socialistas, los colectivos más azotados por la crisis económica, etc. Señala a los que considera culpables de su caída y reafirma el respaldo de los barones a esas posturas que imposibilitan, a su juicio, un gobierno alternativo en España. Siendo esto así, y tras el panorama desolador que dejó el Comité Federal del 1 de octubre, el propio Pedro Sánchez se quiere articular

como la única posibilidad real que represente a las bases en las futuras primarias. Además, las declaraciones de Sánchez vienen muy en relación con los editoriales que hemos venido analizando hasta ahora. Al finalizar la entrevista Jordi Évole le pregunta a Pedro Sánchez si “todo esto le ha venido bien pues ahora eres como un mito, un símbolo de la militancia y del PSOE [...] un héroe por accidente”. Sánchez indica que solo ha procedido a “mantenerse fiel a sus valores y a la palabra dada”.

Es bastante interesante señalar que el periodista, una persona que no pertenece a las bases socialistas, reconoce la figura de Pedro Sánchez como alguien extraordinario, fuera de la común; con unas características adquiridas que le forjan como un político heroico. *No es baladí apuntar entonces la importancia de la defensa de la ética y los valores como una cualidad fundamental en esta construcción y forja del héroe en las sociedades transmedia actuales. Estas facultades se vislumbran cada vez más escasas en los tiempos modernos.*

Menos de un mes después, el 26 de noviembre, Pedro Sánchez reaparece en público en un acto con la militancia en Xirivella, en la provincia de Valencia. El exsecretario general es recibido con vítores por la multitud. Además, es importante señalar que su llegada al escenario se hace a través del público y no entre bastidores. Por lo tanto, tiene un contacto directo con las bases que le inundan en afectos. Las expectativas se rebosan y el evento se convierte en multitudinario. Con él se encuentran reconocidos *sanchistas* como Odón Elorza y José Luis Ábalos lo que también indica un apoyo dentro de cargos del partido.

Lo más interesante es el grito conjunto de los allí presentes del ‘no es no’, que nace desde el público, y llega hasta los presentes en el escenario. Pedro Sánchez ha convertido su lema en una seña de resistencia para la militancia, que la ha hecho suya. Es notorio y acertado señalar que el eje discursivo emprendido con una sentencia como el ‘no es no’ ha sido un éxito en lo que se refiere a los réditos electorales futuros con la perspectiva del momento presente. En su discurso Pedro Sánchez reconoce públicamente “los errores que pudiera haber cometido”. Esa frase desata los aplausos, algo poco común. Lo achacamos a esa fortaleza que ha ido adquiriendo el relato de candidato como individuo normal y corriente y que se traslada a la proyección de la humanidad del representante público haciéndolo ver como una persona que siente y reconoce sus fallos.

Tras muchas semanas de incertidumbre, debido a que el tiempo pasaba y ya Patxi López había anunciado su candidatura a las primarias, Pedro Sánchez reunió a centenares de personas en Dos Hermanas, en la provincia de Sevilla, eje neurálgico del socialismo andaluz para presentar su candidatura. Una candidatura en la que anuncia que “seré vuestro candidato a la Secretaría General del partido. Será un orgullo llevar vuestra causa”. Recogiendo sus palabras parece que él aceptase un mandato, es decir, no parte en connotaciones discursivas de una decisión propia, sino la aceptación de un clamor social de las bases que reconocen en Pedro Sánchez el salvador de la militancia, el héroe que afronta el desafío. Siendo esto cierto, Pedro Sánchez pasa a la segunda fase de la travesía del héroe, la etapa liminar en la que afronta la otredad, el reto.

Así pues, Sánchez va conformando ese *storytelling* de abanderado de la militancia. No es una apropiación indebida, pues es la pulsión de la militancia la que deposita ese carisma y el liderazgo en la propia figura de Pedro Sánchez. Es concluyente afirmar que *el grupo social al que va dirigido el mito político que encarna Pedro Sánchez son las bases del PSOE*. Esa identificación político-social de la militancia con su ya candidato, que es inherente en la diferenciación del mito común del político, es clave en todo el proceso de conformación que ha ido desarrollando el antiguo secretario general desde el Comité Federal del 1 de octubre.

La elección de Dos Hermanas como sede del anuncio no es dejada al azar. Es un bastión del socialismo andaluz, es decir, de Susana Díaz, la presumible candidata de la Gestora. Es tal así que el antagonismo es palpable entre los militantes y en el recinto mediático: la Gestora contra el *sanchismo*. Todos relacionan a la presidenta andaluza con el liderazgo de la Gestora, no nace de un estímulo generado desde abajo, sino que es tomada desde una dirección alejada de las agrupaciones, ésas que Sánchez lleva recorriendo. En términos discursivo es una contienda totalmente perdida para Susana Díaz. Porque pese a que Patxi López, y posteriormente ella, sumen apoyos de la militancia en diversos sectores; la proyección de cara al conjunto es que Pedro Sánchez es el único candidato de la militancia. Tal como indica López Pavón (2018): “Sánchez es la militancia y cualquier otro candidato que se presente a las primarias representará al ‘aparato’, a la vieja guardia, a la manera antigua y caduca de dirigir un partido”.

El discurso maniqueo y dicotómico representa la mayor idea-fuerza del discurso de Pedro Sánchez: la Gestora o la militancia. Unas bases que, en sus propios términos, están solamente representadas por él. Pese a que va llenando los recintos a los que acude

en sus encuentros con las bases, e incluso se le empieza a considerar un rival real, *El País* no le dedica ninguna editorial expresa en sus reapariciones. Bien es cierto que antes desempeñaba el cargo de secretario general del partido en un momento de máximo estrés, pero no justifica que, según las primarias socialistas se van acercando, el diario no dedique una editorial al proceso abierto que va a abrir el PSOE. Finalmente, y tras un periodo de silencio, la cabecera publica el editorial *El futuro del PSOE*, una vez Susana Díaz ha oficializado su candidatura. Analizamos un fragmento:

De este proceso tiene que salir un PSOE eficaz, centrado, moderado y reformista, que lejos de convertirse en una fuerza asamblearia debe reconstruirse como organización dispuesta a aprender de sus errores, huir de los tacticismos y la búsqueda de aplausos fáciles y servir a la sociedad. Tiene que salir un PSOE capaz de darle a su definición de izquierda un sentido práctico, comprensible y útil en la segunda década del siglo XXI, no una pose teatral y defensiva que sirva únicamente para la autosatisfacción en la derrota (*El País*, 15 de marzo de 2017).

Pese a que no se le nombra, la alusión implícita en el texto nos hace indicar que Pedro Sánchez rezuma todos esos males que el periódico achaca a los tiempos pasados y a lo que propugna él si fuese elegido secretario general del PSOE en segunda ocasión. El vilipendio sigue siendo manifiesto y es agravado por la entrevista del pasado octubre en el programa *Salvados*.

Pero ¿cómo Pedro Sánchez logra modificar un lema con connotaciones negativas como el ‘no es no’ por algo que insuffle ánimo a las bases para lograr victoria en las primarias? El ‘no es no’ estaba asociado a un paradigma claro, el no a Mariano Rajoy o a un gobierno del PP. Sin embargo, esta vez la contienda es en el propio seno del PSOE. Es obvio que el ‘no es no’ ha perdido el recorrido, pero no la fuerza que sigue imprimiendo en la militancia. Con lo cual hay que dotar a la campaña de energía positiva pues el objetivo ahora es ganar. López Pavón (2018) señala la aparición del nuevo lema en un acto en Albacete el 24 de marzo de 2017 e indica lo siguiente sobre su aparición:

El ‘Sí es sí’ es el lema con el que se pretende transmitir un mensaje de optimismo, de futuro, alejado de los oscuros días de finales de 2016, pero con el poder evocador del ‘No es no’. Es decir, se trataba de pasar página del victimismo, pero sin renunciar a los valores positivos vinculados a ese ‘No es no’, por ejemplo, el de la coherencia llevada hasta sus últimas consecuencias con la dimisión (López Pavón, 2018).

Nace pues de la propia paradoja y la antítesis la misma convención discursiva que representaba el ‘no es no’. Ya no es un ‘no es no’ a Mariano Rajoy, sino un ‘sí es sí’ a

Pedro Sánchez, a la militancia y al socialismo primigenio. Pese a la mutación del lema, éste sigue rebosante de carisma y fuerza, pues el depositario no ha sido sustituido en todo este proceso de metamorfosis del discurso. Y volvemos a reafirmar que es irreal que un candidato pueda representar a un colectivo tan heterogéneo como son los militantes y afiliados del PSOE. Solo es posible proyectar esa percepción con la perfecta adecuación del discurso procedente del seno del mito político, la forja del héroe caído el 1 de octubre de 2016 y la inédita sincronía entre discurso e identificación político social entre candidato y bases.

Tal y como comentábamos en el apartado dedicado a la trayectoria política de Pedro Sánchez, éste se convierte de nuevo en secretario general en una victoria apabullante ante sus dos competidores: Susana Díaz y Patxi López. El diario *El País* publica en su editorial el día después de las primarias el editorial *El 'Brexit' del PSOE*. Como es costumbre analizamos el artículo:

La propuesta programática y organizativa de Sánchez ha recogido con suma eficacia otras experiencias de nuestro entorno, desde el *Brexit* hasta el referéndum colombiano o la victoria de Trump, donde la emoción y la indignación ciega se han contrapuesto exitosamente a la razón, los argumentos y el contraste de los hechos. En este sentido, la victoria de Sánchez no es ajena al contexto político de crisis de la democracia representativa, en el que se imponen con suma facilidad la demagogia, las medias o falsas verdades y las promesas de imposible cumplimiento. (*El País*, 21 de mayo de 2017).

En virtud de lo dispuesto hasta ahora, la cabecera principal del Grupo Prisa sigue con la deslegitimación de Pedro Sánchez, en estrecha relación con lo que articula Gordillo (2004) en torno a la figura de Bush y lo que a nuestro parecer se produce en sentido adverso en el caso de Pedro Sánchez. Así pues, la victoria de Pedro Sánchez es comparada con la de Donald Trump en las pasadas elecciones presidenciales de Estados Unidos. Es una comparación hiperbólica de ambos líderes políticos, ya que representan espectros políticos totalmente opuestos. Además, las situaciones son difícilmente extrapolables en términos electorales y socioculturales. Pese a la victoria legítima en las primarias de Pedro Sánchez, se sigue refrendando la misma animadversión al nuevo secretario general socialista. Aseveramos, por tanto, la importancia del entorno mediático en las percepciones que generan sobre los políticos de cara a la opinión pública. Como estas apreciaciones son tan diversas dependiendo de donde se observe.

Ilustración 11: Pedro Sánchez en el balcón de Ferraz celebrando la victoria en las primarias.



*Fuente 11: Canal oficial de Europa Press en YouTube. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=9kEMUqWyUpl>. Consultado el: 08/05/2020*

Con la ratificación de la victoria Pedro Sánchez sale al balcón de Ferraz para celebrar, junto a los allí presentes que le aclaman, el triunfo. Hasta tres veces tiene que realizar un retorno al balcón para contentar a las bases que le han aupado hacia ese mismo sitio. Como se muestra, la relación entre militantes y su nuevo secretario general acaba de cambiar. Si en los encuentros con las bases y en los mítines de la campaña de primarias se colocaba siempre en posiciones a la misma altura de los afiliados, con el cambio de paradigma la posición de poder se manifiesta en la altura del discurso. Acometer un discurso desde una altura superior representa la posición de poder frente a quienes escuchan. Es decir, el balcón actúa como una especie de púlpito que proyecta las proclamas del líder.

De esta manera Pedro Sánchez abandona de nuevo la militancia rasa para convertirse en secretario general del PSOE. En un claro acto simbólico, y de resonancias míticas, abre las puertas de Ferraz a las bases que, rápidamente, se aglomeran por toda la sede esperando a su secretario general. Con el permitido uso que hacemos de la metáfora y del mito, la vuelta del Cid ha sido definitiva. Tras su destierro vuelve a la cotidianidad y al lugar que, en términos de legitimación, le pertenecía. La forja del héroe y su construcción ha sido completa. Consigue alcanzar la última fase de la travesía del héroe

según Osés (1995), la posliminar. Retorna al terreno de lo común. Ahora el objetivo es La Moncloa.

4.5. LA LLEGADA A LA MONCLOA. UNA ESTRATEGIA PARA SER PRESIDENTE (2017-2018)

Pedro Sánchez vuelve a presidir el despacho principal de la cuarta planta de Ferraz 70, el del secretario general socialista. Contra todo pronóstico ha conseguido volver al liderazgo del PSOE, cuando la gran mayoría de analistas le consideraban un cadáver político. Sin embargo, la estrategia comunicativa dedicada al establecimiento de la figura de Sánchez como el mártir de la socialdemocracia y gran abanderado de la militancia le otorga los resultados deseados. Su historia ha resultado totalmente convincente de cara a los destinatarios de su mito político, el grupo social que conforman los afiliados socialistas.

Durante los días 18 y 19 de junio de 2017 se celebra la 39ª edición del Congreso Federal del PSOE para la ratificación de Pedro Sánchez como secretario general de los socialistas. Prosiguiendo con nuestro análisis longitudinal de intervenciones políticas nos vamos a detener en la entrada al recinto del político madrileño. Siguiendo después con el discurso de clausura al Congreso que nos va a permitir desgranar los cambios producidos tras ser elegido secretario general del PSOE. Pero antes vamos a realizar un salto hacia delante y examinemos el editorial de *El País* del día 19 de junio de 2017 coincidiendo con la clausura del Congreso:

El nuevo PSOE quiere sembrar entre los votantes de izquierda la esperanza de que es posible desalojar a Rajoy de La Moncloa este mismo otoño. Todo ello pese a que, como se ha visto en la investidura, la negociación presupuestaria y la moción de censura, la aritmética parlamentaria actual no dé para ese empeño. Políticamente, además, es dudoso que un partido tan desdibujado por el tacticismo y la confusión sea capaz de conformar una alternativa viable y a la vez estable al bloque conformado por el PP y Ciudadanos, que la inconsistencia del nuevo PSOE sin duda cimentará al convertirlos en adalides de la estabilidad (*El País*, 19 de junio de 2017).

El periódico sigue siendo territorio hostil para Sánchez. Pese al reciente resultado de las primarias, y con la legitimación en términos democráticos que eso conlleva en estos procesos, se desprende de los artículos analizados una suerte de adulteración de lo expresado en los sufragios. Así se inicia un procedimiento continuo de deslegitimación.

Ilustración 12: Pedro Sánchez entrando en el 39º Congreso Federal.



Fuente 12: EFE. Disponible en: <https://www.rtve.es/fotogalerias/39-congreso-federal-del-psoe-imagenes/187875/39-congreso-federal/26/>. Consultado el: 10/05/2020

Retomando el análisis de las intervenciones políticas observamos la imagen en la que se aprecia al secretario general rodeado de militantes. Este caso es similar al que diseccionamos en el acto de Xirivella, Pedro Sánchez elige llegar al escenario por la vía más atestada de afiliados. El mayor paralelismo que podemos realizar es el de los púgiles que van hacia el ring, mientras son presos de la algarabía colectiva. Dicho esto, el individuo, en el caso de nuestro estudio se trata de Sánchez, adquiere esa percepción de individuo extraordinario. La simbiosis de ambas facetas, extraordinario y corriente, se hace completa en el proceso que abarca este documento.

Apoyándonos en Oliva, Pérez-Latorre y Besalú (2015) se crea en torno al candidato una imagen de estrella, con un culto intenso a la estética, la apariencia, su forma de vestir o el atractivo físico. Hemos reincidento, sobre todo en la primera etapa como secretario general, en la potenciación que se realiza sobre las cualidades físicas del líder socialista. Mirar con perspectiva a la cultura popular nos hace advertir que las grandes figuras históricas protagonistas de los grandes mitos, comunes y políticos, son dotados de facultades extraordinarias y capaces de resolver las tareas de mayor dificultad.

Como es habitual en todas las clausuras de los Congresos Federales del PSOE el secretario general se dirige hacia los allí presentes para pronunciar su discurso, el que cierra el evento definitivamente. En consecuencia, con nuestro análisis longitudinal discursivo examinamos fragmentos de éste:

España necesita nuestra alternativa. Hay una crisis de liderazgo en nuestro país. Ni el presidente, ni su gobierno, ni su partido se parecen a España. Dicen estar preocupados por los españoles, pero ni conocen ni les importa su día a día. El umbral ético y social de nuestro país está muy por encima de todos ellos. Ni escuchan ni creen en las personas. La España que viene pide cambio y está poniendo sus ojos en nosotros. En nuestra alternativa. En un PSOE de izquierdas, creíble y coherente. Una izquierda de Gobierno que garantiza seguridad, solidez, seriedad y solvencia. Y que será fiel al mandato de sus electores y no se olvidará de ellos cuando recupere La Moncloa (PSOE, 2017).

En este primer extracto escogido es notorio el cambio de parcela discursiva. La alteración del paradigma con la vuelta a la Secretaría General del PSOE modifica a todas luces el signo y el destino de las palabras. Así pues, si con anterioridad los discursos analizados iban destinados a la militancia, ahora el grupo principal es el conjunto de españoles. El escalafón en estos momentos es superior pues el objetivo deja de ser Ferraz para ser La Moncloa y, por tanto, no se puede proseguir en el mismo terreno discursivo. Se realizan dobles y triples referencias en un pequeño compendio de texto a las palabras: ‘España’, ‘izquierda’, ‘gobierno’, ‘país’ o ‘alternativa’. Todas ellas forman un constructo que conducen a la representación del PSOE en el imaginario colectivo. Ahora que su retorno a la institucionalidad es un hecho, los tintes discursivos son modificados y atraviesan el plano personal al orgánico.

Claro que se puede gobernar con rigor. Pero gobernar con rigor no es gobernar como hace la derecha, dándole todo a unos pocos y negando todo a la mayoría. Para nosotros gobernar con rigor consiste en pensar no en quien más tiene, sino en quien más lo necesita. Es otra forma de gobernar, es otra forma de hacer: se llama socialdemocracia. Y que se escuche bien: ser socialista es ser de izquierdas, y nosotros estamos orgullosos de ser de izquierdas (PSOE, 2017).

En este mismo escrito encontramos una ponderación asimétrica del concepto ‘gobernar’ que aparece en cinco ocasiones. La idea-fuerza se manifiesta a través de la repetición con el objetivo de calar en la memoria. Además, hay una duplicidad de la palabra ‘izquierdas’ y de vocablos similares en el imaginario semántico como ‘socialdemocracia’. Es pues un sinfín de referencias a los valores fundamentales que busca encarnar la organización de cara a conjunto de la ciudadanía.

Frente a la explotación, elegimos buenos empleos. Frente a los recortes, dignidad. Frente a la confrontación territorial, federalismo. Frente a la desigualdad de la mujer, feminismo. Frente al expolio de nuestros recursos naturales, ecologismo. Frente al poder de unos pocos, democracia. Frente a la corrupción, decencia. Frente al conformismo, rebeldía. Frente a la resignación, elegimos la esperanza, la esperanza en un futuro mejor. Compañeros y compañeras, Hemos dicho izquierda, hagamos izquierda. Hemos dicho cambio, hagamos realidad el cambio. Gracias. Muchas gracias y adelante. Rumbo a La Moncloa (PSOE, 2017).

Pedro Sánchez cierra su discurso con un procedimiento muy práctico y de fácil asimilación para quienes escuchan. En un juego de asociaciones trata de visibilizar los cambios que se producirían en la realidad con la llegada al gobierno del PSOE. Se difunden los conceptos y sus opuestos de siempre naturaleza positiva y renovadora creando así un oxímoron imaginario que evoluciona en el pensamiento y que alumbra el voto a la organización socialista.

Durante la crisis soberanista en Cataluña de octubre de 2017, Pedro Sánchez optó por un perfil mucho más institucional, de completo apoyo al Ejecutivo de Mariano Rajoy a lo largo del referéndum y la DUI (Declaración Unilateral de Independencia). Desde el equipo de Sánchez se buscaba aprovechar los réditos de esa lealtad demostrada al Estado durante la tensión a la que fue exigida la Administración. En ese sentido se trabajaba para revestir de un aura de *statu quo*, más acorde al decoro que rodea al cargo de líder de la oposición. Sin embargo, los comicios se veían con lejanía en el tiempo, y para el político socialista ese mismo lapso perjudicaba el impulso con el que venía tras su vuelta a la Secretaría General del PSOE, por ello había cierto nerviosismo dentro de las filas cercanas a Ferraz sobre la idoneidad del relato de cara al horizonte temporal más remoto.

Mayo de 2018 era una marisma en el plano político. El desafío separatista había sido derivado a los tribunales y el tono en la política nacional había pasado a un punto muerto. Aun así es en estos momentos se debe guardar las más absolutas de las discreciones porque nunca se sabe cuándo y cómo se puede desatar la tormenta perfecta. En el caso que nos ocupa los chubascos que precedieron al estruendo fue la salida de la sentencia del Caso Gürtel, que tal como explicamos al principio de nuestro estudio sirvió de justificación al grupo parlamentario socialista para presentar en la Mesa del Congreso una moción de censura. Por primera vez el candidato a una moción sería alguien ajeno a la Cámara Baja: Pedro Sánchez.

Como es habitual en nuestro estudio nos centraremos en el análisis discursivo de Pedro Sánchez buscando relaciones de cara a la validación de nuestro trabajo. Siendo esto así, el debate de la moción de censura es el fundamento principal en el que sustenta el mismo análisis. La moción de censura se desarrolla entre los días 31 de mayo y 1 de junio. Por lo tanto, de acuerdo con nuestro objeto de estudio nos centraremos con la vehemencia mostrada en las parcelas discursivas de Pedro Sánchez. De tal manera, y respetando como hasta ahora la secuencia cronológica, el elemento principal a esgrimir es el discurso inicial de la moción pronunciado el 31 de mayo y que da inicio al debate:

Pero lo importante es el fondo también, y en el fondo, esta moción nace de la evidencia de que no queda otro camino para defender el prestigio de instituciones gravemente dañadas como consecuencia del pronunciamiento de la justicia la semana pasada. Empezando por la propia Presidencia del Gobierno de la Nación. Un pronunciamiento judicial que incluye demoledoras afirmaciones en torno a la propia figura de quien ocupa hoy el cargo de presidente de Gobierno. Señorías, en este momento tan graves, de crisis institucional, de crisis económica, la mayor irresponsabilidad que se puede cometer sería la de no presentar esta moción de censura contra quien es merecedor de un evidente reproche político por parte de esta Cámara (PSOE, 2018).

Expresiones como ‘no queda otro camino’ o ‘la mayor irresponsabilidad que se puede cometer sería la de no presentar esta moción de censura’ tienen el objetivo de revestir el argumento de manera que se dote de suficiente legitimación para sacar adelante la moción. Asimismo, la causa principal que provoca este proceso también aparece en este fragmento que nos detenemos a analizar, la sentencia judicial es un punto de gravedad crucial en la presentación de este procedimiento.

Por esta razón, y en este punto, quiero subrayar que quien activa esta moción de censura es hoy el presidente del Gobierno de España. Es usted, señor Rajoy, quien nos ha traído hasta aquí. Pero, señorías, este escenario puede cambiar en este preciso momento, señor Rajoy. Este debate, en este mismo segundo, puede llegar a su fin. Le voy a hacer una pregunta, señor Rajoy. ¿Está usted dispuesto a dimitir? ¿Está dispuesto a dimitir hoy, aquí, ahora? Dimita señor Rajoy, y todo terminará. Podrá salir de la Presidencia del Gobierno por decisión propia. ¿Va a dimitir, señor Rajoy, o va a continuar aferrado al cargo debilitando la democracia y debilitando y devaluando la calidad institucional de la presidencia del Gobierno? (PSOE, 2018).

Pedro Sánchez pone el foco en Mariano Rajoy. En la utilización de la retórica posiciona al propio presidente del gobierno y al PP como instigadores de la moción de censura, pues su puesta en marcha solo responde a la reacción ante la palabra del poder Judicial. Además, le requiere en numerosas ocasiones al acto de dimitir, puesto que en diversos sectores de la opinión pública el apoyo de independentistas a la moción era cuestionado.

Hasta en cuatro ocasiones le insta a abandonar el cargo de líder del Ejecutivo, esa redundancia busca ahondar en la idea-fuerza anteriormente expresada.

¿Qué más tiene que pasar, señor Rajoy? ¿No es suficiente el tenor de una sentencia en la que se reconoce que su palabra como testigo, ya no merece ningún crédito para la Justicia? ¿No basta con que su partido sea condenado como responsable a título lucrativo por las maniobras que constatan que acudió dopado a las elecciones generales? ¿No basta con que en la misma semana en que conocemos en que conocemos esa sentencia, su propio portavoz parlamentario hasta el año 2008 haya ingresado en prisión por supuestos delitos de corrupción tan graves como el blanqueo de capitales o el cohecho? ¿No basta, señor Rajoy, con la acumulación de más de 900 cargos públicos imputados por corrupción, incluyendo presidentes de diputación, diputados, senadores, consejeros autonómicos y alcaldes? ¿No basta con que 12 de los exministros con los que usted compartió gabinete, en el gabinete del señor Aznar como presidente del Gobierno estén investigados, procesados o encarcelados? ¿No basta con que lo estén tres ex ministros de su propio Gobierno, señor Rajoy? ¿No basta con que lo estén 9 expresidentes autonómicos del Partido Popular? ¿No basta con el hecho de que su partido asume o sume más investigados, procesados y condenados que ninguna otra formación política en toda la Unión Europea? (PSOE, 2018).

De igual manera, y con el objetivo previamente mencionado de ampliar el repertorio de motivos o justificaciones perentorias para sacar adelante la moción de censura, se realizan diversas preguntas engendradas en un mismo paralelismo y que recoge los agravios que, al juicio del orador, son más que suficientes para poner fin a la estancia del Partido Popular al frente de la Presidencia del Gobierno de España. Así pues, con la locución ‘no basta’, es consustancial que su utilización viene dada por la necesidad que hay de articularlo en el aparato discursivo, es decir, se intenta crear el clima más adverso posible para dejar paso a las decisiones extraordinarias.

Señor Rajoy, usted ha hecho antes referencia a ello, yo renuncié a mi escaño, entre otras razones, porque siempre creí que otorgarle la prórroga política era un error que España no se podía permitir [...] Cumplí mi palabra entonces por dolorosas que fueran esas consecuencias, entre otras la de poder estar con ustedes representando el honor de ser uno más de los 350 diputados y diputadas representando a la ciudadanía en esta Cámara. Hoy vuelvo al hemiciclo por tres razones. Por coherencia, por responsabilidad y por la democracia (PSOE, 2018).

Pedro Sánchez hace referencia al momento en el que abandonó su escaño como diputado. El objetivo es claro. La maniobra consiste en colocar a los españoles frente al espejo de sus representantes y decidir a quién quieren para liderar el país: a un político que renuncia a su cargo por ideales, o a otro que se agarra al puesto. Esta dicotomía esconde pues un subterfugio para realizar una comparación entre adversario políticos y

demostrarlos diametralmente opuestos. Con lo cual se busca proyectar a los ciudadanos a Sánchez como la figura que encarna los valores de la democracia y la honradez. Mientras, Rajoy es visto como depositario de la deslealtad a las instituciones y de la corrupción.

Señorías, ha llegado el momento. Aquí y ahora. La decisión que deben tomar sólo admite dos caminos que son mutuamente excluyentes. Sí o no. No hay terceras vías. Sí a la respuesta constitucional, constructiva y facilitadora del consenso y el acuerdo. Sí a la censura de la corrupción que actúa como la auténtica amenaza a la estabilidad política e institucional de nuestro país. Sí a elevar la calidad de nuestra democracia, que hoy está puesta en cuestión. Sí o no. O No a una censura que, paradójicamente, entraña un Sí mucho más grave, que es el sí a la permanencia del Mariano Rajoy como presidente del Gobierno. De sobra saben que la abstención equivale a decir No a la regeneración democrática, y por tanto no hay término medio (PSOE, 2018).

En los estertores del discurso, Pedro Sánchez vuelve a reincidir en la descodificación del panorama político a través de las dualidades y las elecciones dicotómicas. De esta manera se trata de hacer ver la trascendencia de la decisión, pero, al mismo tiempo, la misma selección busca ser fútil. Si la alternativa es la regeneración, un término positivo, y el otro la continuidad de la corrupción, negativo, es evidente pues que la apelación al sentido común provoque que la dificultad de la opción resulte insignificante. Pedro Sánchez finaliza su intervención siendo consciente de que el día 1 de junio será investido presidente del Gobierno de España por las Cortes Generales. Un año antes acababa de recuperar la Secretaría General del PSOE y, solo seis meses antes de este suceso, abandonaba su escaño como diputado nacional en lo que parecía el epitafio de su carrera política.

En la cultura popular, y sobre todo occidental, somos muy proclives a conceder segundas oportunidades en la mayoría de los ámbitos. Sin embargo, la política parece un territorio vedado a muchas de estas reinserciones. En el coto privado de la política es más prominente la caza que el consenso, pero en ocasiones se generan estos espacios a los márgenes de los estrechos renglones que marcan la actividad política. Lo más común ha sido galardonar el conformismo o la falta de aptitudes, la carencia de ambiciones y el regocijo en la tranquilidad. Pero en esos márgenes se constituyen esas historias en las que nos reflejamos como sociedad. En las actitudes heroicas narradas de generación en generación se encuentra la esencia del ímpetu por la mejora. En el mito político y la

comunicación política existen estas segundas oportunidades. En resumidas cuentas, la política es, a nuestro parecer, la misma representación de la existencia.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

A la vista de todo lo expuesto y desarrollado en este Trabajo de Fin de Grado, y con el destello que hemos querido provocar en el estudio de esta cuestión, se constata a carta cabal el desarrollo de la trayectoria política de Pedro Sánchez y su constitutiva relación con el mito político. Además, la forja y creación de la figura heroica para todos los militantes socialistas queda patentemente demostrada en la perfecta armonización de los fundamentos teóricos y epistemológicos que encarna el héroe con el relato político y mediático que ha acompañado al presidente del Gobierno en su travesía.

La consecución de los objetivos generales marcados al principio de este documento ha sido exitosa tal y como esperábamos. Así pues, las muestras dispensadas demuestran la cercana relación que existe entre comunicación política y candidato, y de un buen revestimiento de ambas variables para lograr el éxito político de éste. Análogamente la conexión entre mitología y comunicación política ha sido evidenciada con la lucidez que la propia realidad otorga en relación con los hechos expuestos. De igual manera, la metamorfosis de imagen sufrida por Pedro Sánchez ha ido acompañada de todos los elementos desarrollados con anterioridad.

De modo idéntico creemos resueltos los objetivos específicos señalados. Así pues, la exposición de la trayectoria política de Pedro Sánchez ha sido completa en tanto en cuanto se ha verificado cualquier referencia biográfica o que dé fe de su carrera política para su correcta explicación. Por otro lado, la especificación que se ha realizado sobre los distintos resortes que interactúan entre el mito y la comunicación política ha sido satisfactoria. En la misma forma creemos que se ha perseverado en la difusión pedagógica de los conceptos más llamativos de la comunicación política para los lectores menos duchos. Paralelamente, el *storytelling* se ha escenificado como la clave de sol de la partitura del relato, así como los elementos que lo conforman. En relación con lo dispuesto, y lo anteriormente mencionado, ha sido detallada la conexión teórico-metodológica del mito y la comunicación política. Finalmente, la conformación de este estudio busca dar pie a futuras investigaciones que ahonden en la temática y den mayor repertorio de prospectivas a los investigadores venideros.

La estructura de este trabajo se ha desarrollado de manera cronológica para su correcto entendimiento histórico. Así pues, la sucesión temporal de los acontecimientos, y su consecuente análisis, ha tenido como objeto intrínseco la explicación del cambio de paradigma en torno a la figura de Pedro Sánchez, tanto mediática como políticamente.

El líder socialista no comenzó su andadura como cabecilla innato, ni siquiera se le presumían dotes que le permitiesen llegar a las cúpulas de poder del PSOE. Entró en el Ayuntamiento de Madrid por el abandono de funciones de superiores, como así también ingresó en el Congreso de los Diputados. Su subsistencia en la política ha estado marcada por la supervivencia ya en los albores, siempre en el desfiladero. Las luchas fratricidas en el seno del partido han sido una constante, tanto en su primera etapa como secretario general, como en la reconquista de Ferraz.

Hemos observado de igual manera que las figuras que pueblan los espacios del poder político se mueven en la contradicción de la obvia volubilidad de sus cargos y la zozobra permanente por las felonías de los propios compañeros. La voluta es sempiterna en la escalada para llegar a las cotas de la autoridad que conceden las naciones. El espacio mediático ha ido anegando cualquier aspecto de la realidad, como así lo hemos cerciorado, los diferentes medios de comunicación constituyen un agregado que posibilita la descodificación de las entrañas de la política.

Para nosotros ésta es una representación de la propia existencia. En ella coexisten la totalidad de disyuntivas, de dicotomías que conforman la cultura; pues no es acaso ésta todo lo que rodea al ser humano. El ‘nosotros-ellos’ ha sido persistente en la necesidad de la presencia de un adversario para poder narrar los hechos tal y como la estrategia lo dicta. La negación de lo ajeno es un deseo parasitario que se encuentra acaparando lo más recóndito de la psique y que es extensivo al soma. Pero a su vez ese mismo apetito es el que posibilita la creación de las relaciones de poder que dan forma a la Historia. La Historia es el hilo tejido por las narraciones de los pueblos, pues así su legado pervive en la memoria de los descendientes. Estos ejes narrativos se mantienen intactos pues son el espejo en el que se refleja el sentido de las acciones y, si existe una carencia de narraciones, es que estas civilizaciones no poseen pasado para dar sentido a su presente.

Todos estos relatos llegan a la actualidad mitificados de alguna manera. Es más, toda historia es proclive de convertirse en un mito si así sus gentes lo consideran. Partiendo de esta base, **el mito lo entendemos como un elemento hermenéutico atemporal,**

nuestra aportación más destacada a esta cuestión. *Id est*, el entendimiento del mito como una herramienta capaz de realizar una interpretación de lo que acontece en la realidad de manera eterna. De forma análoga definimos al mito político, pues éste sigue manteniendo la esencia que contiene el mito común.

La diferencia fundamental entre uno y otro radica en la identificación político-social de los individuos con el mito político en concreto, lo que no es posible hasta el surgimiento de las formas primigenias de los Estados actuales. Esta identificación político-social solo ocurre una vez empieza a surgir la figura del ciudadano capaz de participar en la vida orgánica de su Estado y, de manera anterior, con la aparición de las clases sociales activas, como el proletariado o la burguesía; entes desarrolladores de su propia mitología para la justificación interna de sus relatos posteriores. Siendo esto así, la vivencia del mito político está ligada con la propia experiencia social del hombre en comunidad. En este sentido, los mitos políticos están protagonizados por héroes o heroínas, representantes sin mácula de los valores y enseñanzas que cada una de estas narraciones desea transmitir. Pero la vitalidad de estos héroes no es perenne, pues el carisma depositado en ellos se desvanece con el inexorable efecto de claudicación que produce el tiempo en los humanos.

Es 2013 y los militantes del PSOE están desencantados. Observan atónitos como un nuevo partido rezuma los ideales que esperan de las siglas que han desterrado en el cajón, como si diese vergüenza enseñar el rojo. Cabe imaginar pues los preludios de una decisión que transformó los cimientos de la formación socialista para siempre, un parecer que daría la vuelta a la pirámide de poder del PSOE; la decisión de Pedro Sánchez de convertirse en secretario general. La aparición del incipiente héroe pudo ser precedida por la realización de un soliloquio que encerrase, en breves sentencias, una suerte de apropiación simbólica de los valores socialistas en la figura de un hombre. Una encíclica dictada como dogma de fe por una autoridad legitimada por el principio antonomástico de la persuasión. Solo así sería posible convencer al grupo social protagonista del mito en los aliados más fieles en la toma del poder institucional. Pero el mito ha caducado y necesita una reconfiguración para su supervivencia. En el horizonte temporal no se divisa ningún espacio disponible. Dicho esto, sólo le queda la resiliencia.

6. PROSPECTIVAS DE INVESTIGACIÓN

Según todo lo dispuesto en este Trabajo de Fin de Grado, y en relación con el discernimiento de todas las materias primordiales tratadas, quedan para futuros investigadores numerosas vías de estudio y prospectivas para encauzar distintas variantes gnoseológicas.

El estadio de investigación principal de este documento ha sido la relación que mantienen mito y mito político a la hora de diseñar una estrategia en parámetros de la comunicación política. Para ello nos hemos centrado en un estudio de caso y un sujeto en cuestión: Pedro Sánchez Pérez-Castejón. En la figura del político socialista hemos realizado una investigación para conocer cómo se articuló el paradigma del héroe occidental en su persona. De acuerdo con esto, consideramos que la exploración de vías más amplias podría ser un punto de partida interesante para conocer en mayor profundidad y aportar más casuística a la relación del mito con la comunicación política.

En un estrato de menor jerarquía creemos que se podrían inspeccionar líneas que discurriesen por cauces distintos al de la personificación del héroe. Esto es, la profundización de mayor diversidad mitológica, que no representase la figura heroica como la piedra roseta para el entendimiento del mito político con la comunicación política. Es por ello por lo que instamos a esa variedad investigadora del objeto en cuestión.

En virtud de lo expuesto queremos resaltar nuevamente la importancia de la comunicación política y su impacto en la ciudadanía. En la democracia multipartidista la variedad de signo político da multitud de posibilidades. Nos ha parecido de gran relevancia como las estrategias pueden causar un efecto tan poderoso en los imaginarios colectivos. Consideramos que el proceso por el cual un político pasa del ostracismo a la primera plana institucional, en un intervalo tan efímero de tiempo, solo es explicable por una comunicación rotundamente exitosa.

Para concluir queremos realzar cómo nuestro Trabajo de Fin de Grado ha querido proporcionar una nueva visión a las diversas cuestiones que maneja la comunicación política. En aras de construir un mayor conocimiento en esta área hemos querido incorporar nuestra humilde investigación para constituir un orbe que dé lugar a inéditos estudios en el apasionante campo de la comunicación política.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abélès, M. (1988). Modern political ritual: Ethnography of an inauguration and a pilgrimage by President Mitterrand. *Current Anthropology*, 29(3), 391-404.

Alvarado, A. C. (2013). Ulises y el héroe terrorista: mito y modernidad en la serie "Homeland". *Area Abierta*, 13(1), 27-43. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ARAB.2013.v34.n1.41589.

Atresplayer (2016). *Salvados: Entrevista a Pedro Sánchez*. Disponible en: https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/salvados/temporada-12/capitulo-3-entrevista-pedro-sanchez_5ad094cc7ed1a88d4ef811f4/ (consultado el 7 de mayo de 2020).

Augé, M. (1998). *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*. Barcelona: Gedisa.

Barthes, R (1991). *Mitologías*. México: Siglo XXI.

Bennett, W. L. (1980). Myth, Ritual, and Political Control. *Journal of Communication*, 30(4), 166-179. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1980.tb02028.x>

Bermúdez, N. D y Choi, D. M. (2013). Los modos de decir en política. Una intervención al análisis del discurso. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 221, versión preprint. DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1918\(14\)70817-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1918(14)70817-7)

Bloor, M. & Bloor, T. (2007). *The Practice of Critical Discourse Analysis. An Introduction*. London: Hodder Arnold. DOI: <http://dx.doi.org/10.4324/9780203775660>

Blumemberg, H. (2003). *Trabajo sobre el mito*, Barcelona: Paidós.

Botero, Á. U. (2013). El lugar del pasado en la ideología nazi. *Estudios Políticos*, 43, 76-91. <https://www.redalyc.org/pdf/164/16429828005.pdf>

Bottici, C. & Challand, B. (2006). Rethinking political myth: The clash of civilizations as a self-fulfilling prophecy. *European journal of social theory*, 9(3), 315-336. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1368431006065715>

Bottici, C. & Kühner, A. (2012). Between Psychoanalysis and Political Philosophy: Towards a Critical Theory of Political Myth. *Critical Horizons*, 13(1), 94-120. DOI: <http://dx.doi.org/10.1558/crit.v13i1.94>

Cassirer, E. (2018). Judaísmo y los mitos políticos modernos. ISEGORIA. *Revista de Filosofía Moral y Política*, 59, 391-407. DOI: <http://dx.doi.org/10.3989/isegoria.2018.059.02>

Centro de Investigaciones Sociológicas (2015). *Barómetro Enero. Muestra de intención de voto* (Estudio nº 3050). Disponible en: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/Archivos/Marginales/3040_3059/3050/es3050_mar.pdf (consultado el 18 de abril de 2020).

Centro de Investigaciones Sociológicas (2018). *Barómetro Abril. Muestra de intención de voto* (Estudio nº 3210). Disponible en: http://datos.cis.es/pdf/Es3210mar_A.pdf (consultado el 21 de abril de 2020).

Congreso de los Diputados (2013). *¿Qué importancia concede el Gobierno en la lucha contra el cambio climático?* www.congreso.es. Disponible en: http://www.congreso.es/portal/page/portal/Congreso/Congreso/Diputados/BusqForm?_piref73_1333155_73_1333154_1333154.next_page=/wc/servidorCGI&CMD=VERLST&BASE=IT10&FMT=INTTXLSS.fmt&DOCORDER=FIFO&QUERY=%28180%2F000600*.EXPE.%29&DOCS=1-26 (consultado el 23 de abril de 2020).

Congreso de los Diputados (2013). *Diario de sesiones 13/06/2013*. Nº 122. Pág. 18. www.congreso.es. Disponible en: http://www.congreso.es/public_oficiales/L10/CONG/DS/PL/DSCD-10-PL-122.PDF#page=18 (consultado el 23 de abril de 2020).

Congreso de los Diputados (2014). *Diario de sesiones 10/09/2014*. Nº 216. Pág. 8. www.congreso.es. Disponible en: http://www.congreso.es/public_oficiales/L10/CONG/DS/PL/DSCD-10-PL-216.PDF#page=8 (consultado el 24 de abril de 2020).

Constitución Española. *Boletín Oficial del Estado*, 29 de diciembre de 1978, núm. 311, pp. 29313 a 29424.

D'Adamo, O. J. y Beaudoux, V. G. (2012). Storytelling. El relato político. *Más poder local*, (9), 32-33. <http://maspoderlocal.es/ediciones/relato-politico-juegos-del-lenguaje-y-retorica-no33/>

Del Valle, C. Y. (2003). Soldados de Salamina: Indagaciones sobre un héroe moderno. *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, 23, 63. <https://webs.ucm.es/info/especulo/numero23/salamina.html>

Della Sala, V. (2016). Europe's odyssey?: political myth and the European Union. *Nations and nationalism*, 22(3), 524-541. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/nana.12159>

Doty, W. G. (2000). *Mythography: The study of myths and rituals*. Alabama: University of Alabama Press.

Durand, G. (2007). *La imaginación simbólica*. Buenos Aires: Amorrortu.

El País (2014). Un PSOE sin hipotecas. 14 de julio. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2014/07/14/opinion/1405359974_128837.html (consultado el 29 de abril de 2020).

El País (2015). Izquierda y bandera. 22 de junio. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2015/06/22/opinion/1434994728_656257.html (consultado el 1 de mayo de 2020).

El País (2015). La tarea de los socialistas. 26 de diciembre. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2015/12/26/opinion/1451153651_228865.html (consultado el 2 de mayo de 2020).

El País (2015). Acuerdo de mínimos. 28 de diciembre. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2015/12/28/opinion/1451333752_171872.html (consultado el 2 de mayo de 2020).

El País (2016). El dilema de Sánchez. 30 de julio. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2016/07/30/opinion/1469898064_940403.html (consultado el 3 de mayo de 2020).

El País (2016). La deriva de Sánchez. 22 de septiembre. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2016/09/22/opinion/1474568984_419976.html (consultado el 3 de mayo de 2020).

El País (2016). Un partido secuestrado. 26 de septiembre. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2016/09/26/opinion/1474912532_931069.html (consultado el 4 de mayo de 2020).

El País (2016). Salvar al PSOE. 28 de septiembre. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2016/09/28/opinion/1475090003_414591.html (consultado el 4 de mayo de 2020).

El País (2017). El futuro del PSOE. 15 de marzo. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2017/03/15/opinion/1489603587_634990.html (consultado el 4 de mayo de 2020).

El País (2017). El ‘Brexit’ del PSOE. 21 de mayo. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2017/05/21/opinion/1495402685_402133.html (consultado el 8 de mayo de 2020).

El País (2017). Decepcionante PSOE. 18 de junio. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2017/06/18/opinion/1497803682_900412.html (consultado el 10 de mayo de 2020).

España. Real Decreto-ley 374/2003, de 1 de abril, por el que se convocan elecciones locales. *BOE*, 78, de 1 de abril de 2003. 12514. Disponible en: http://www.juntaelectoralcentral.es/cs/jec/documentos/LOCALES_2003_Convocatoria.pdf (consultado el 13 de mayo de 2020).

España. Real Decreto-ley 444/2007, de 3 de abril, por el que se convocan elecciones locales. *BOE*, 80, de 3 de abril de 2007. 14477. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2007/04/03/pdfs/A14477-14477.pdf> (consultado el 13 de mayo de 2020).

España. Real Decreto-ley 33/2008, de 12 de febrero, por el que se convocan elecciones generales. *BOE*, 037, de 12 de febrero de 2008. 7549 a 7699. Disponible en: http://www.juntaelectoralcentral.es/cs/jec/documentos/GENERALES_2008_Candidaturas.pdf (consultado el 16 de abril de 2020).

España. Real Decreto-ley 1329/2011, de 25 de octubre, por el que se convocan elecciones generales. *BOE*, 257, de 25 de octubre de 2011. 111209 a 111495. Disponible en: http://www.juntaelectoralcentral.es/cs/jec/documentos/GENERALES_2011_Candidaturas.pdf (consultado el 16 de abril de 2020).

Esposito, R. (1996). *Confines de lo político: nueve pensamientos sobre política*. Madrid: Trotta.

Europa Press (2016, del 29 de octubre). Discurso íntegro de la renuncia de Pedro Sánchez. [Archivo de vídeo]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=hNPXwyxDLWQ> (consultado el 19 de abril de 2020).

Europa Press (2017, del 22 de mayo). Sánchez celebra la victoria en el balcón de Ferraz. [Archivo de vídeo]. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=9kEMUqWyUpI> (consultado el 8 de mayo de 2020).

García López, M. y Simancas González, E. (2017). La lucha está en el relato. Movimientos sociales, narrativas transmedia y cambio social. *Cultura, lenguaje y representación*, 15, 153-169. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/clr.2016.15.10>

García Robles, C. (2017). Storytelling, la construcción del relato político: una aproximación al análisis del discurso durante la campaña del 26-J. Trabajo Fin de Máster. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: https://www.ucm.es/data/cont/docs/454-2017-09-26-Carmen_Garcia_Robles.pdf

González, E. M.; Trigos, R. S. y Alvarado, A. C. (2014). La parte de los ángeles: ascenso y forja del héroe como relato social. *Fotocinema: revista científica de cine y fotografía*, (8), 175-197. DOI: <https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2014.v0i8.5950>

González, E. S. y Pavón, A. G. (2017). Análisis del discurso político televisivo en España: Politainment y Storytelling. In *Del verbo al bit* (pp. 1158-1176). Sociedad Latina de Comunicación Social. DOI: <http://dx.doi.org/10.4185/cac116edicion2>.

Gordillo, M. D. M. G. (2004). Mecanismos de creación de héroes y antihéroes para la opinión pública internacional en periodos de guerra. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (12), 39-67. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16801202> (consultado el 30 de marzo de 2020).

Gramsci, A. (2003). *Notas sobre Maquiavelo, sobre la política y el Estado moderno*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Kranert, M. (2018). Political myth as a legitimization strategy: The case of the golden age myth in the discourses of the Third Way. *Journal of Language and Politics*, 17(6), 882-906. DOI: <http://dx.doi.org/10.1075/jlp.17059.kra>

La Sexta Noticias (2016, del 14 de junio). Pedro Sánchez: “Para lograr el cambio y salir del bloqueo necesitamos un PSOE ganador”. [Archivo de vídeo]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=F2vt4lrFirE> (consultado el 3 de mayo de 2020).

Lacoue-Labarthe, J. L. y Phillippe, N. (2002). *El mito nazi*. Barcelona: Anthropos.

Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense.

Lévi-Strauss, C. y Arruabarrena, H. (2012). *Mito y significado*. Madrid: Alianza Editorial.

López Pavón, T. (2018). Del ‘No es no’ al ‘Sí es sí’: Análisis del discurso político de Pedro Sánchez durante la campaña de las elecciones primarias socialistas del 21 de mayo de 2017. Trabajo Fin de Máster. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Maissoneuve, J. (2005). *Las conductas rituales*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Mann, T. (1988). [1947]. *Doktor Faustus*. Barcelona, Planeta, p. 579.

Matías, A. B. (2016, del 8 de diciembre). Pedro Sánchez - El espíritu de Xirivella – 26 de noviembre de 2016. [Archivo de vídeo]. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=aF-oE_vYjS0 (consultado el 8 de mayo de 2020).

Murillo Luna, A. (2015). *El Mito de la Transición y sus puntos de ruptura*. Trabajo Fin de Grado. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/34329/>

Oliva, M.; Pérez-Latorre, O. y Besalú, R. (2015). *Celebrificación del candidato*. Cultura de la fama, marketing electoral y construcción de la imagen pública del político. *Arbor*, 191(775): a270. DOI: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2015.775n5009>

Osés, A. O. (1995). Mitología del héroe moderno. *Revista internacional de los estudios vascos*, 40(2), 381-394. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/11495602.pdf>

Paz, O. y Santí, E. M. (1993). *El laberinto de la soledad*. México: Cuadernos Americanos.

Peytibi, X. (2020). *Las campañas conectadas: Comunicación política en campaña electoral*. Barcelona: Editorial UOC.

Piñuel Raigada, J. L.; Gaitán Moya, J. A. y Lozano Ascencio, C. (2017). Análisis de discursos y epistemología de las mediaciones en las prácticas sociales de la comunicación. Propuesta metodológica de un modelo. In *Análisis Crítico del Discurso: Teoría y Práctica*. Universidad de la Frontera, Temuco. Chile. (En prensa). Disponible en:

<https://eprints.ucm.es/41126/7/Pi%C3%B1uel%2C%20Gait%C3%A1n%20y%20Lozano.%20An%C3%A1lisis%20de%20discursos%20y%20epistemolog%C3%ADa%20de%20las%20mediaciones%20.pdf>

Publicación de listas electorales al Ayuntamiento de Madrid. *Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid*, 095, de 23 de abril de 2003. 266. Disponible en: https://www.bocm.es/boletin/CM_Boletin_BOCM/2003/04/23/09500.PDF (consultado el 15 de abril de 2020).

Publicación de listas electorales al Ayuntamiento de Madrid. *Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid*, 97, de 25 de abril de 2007. 253. Disponible en: https://www.bocm.es/boletin/CM_Boletin_BOCM/2007/04/25/09700.pdf (consultado el 16 de abril de 2020).

Potter, S. (2012). Había... ¿una vez?: Los cuentos de hadas y la construcción del mito de la historia mexicana en Los recuerdos del porvenir. *Hispanófila*, 166, 107-120. DOI: <http://dx.doi.org/10.1353/hsf.2012.0037>

PSOE (2013). *Conferencia Política 2013*. <https://www.psoe.es/>. Disponible en: <http://web.psoe.es/sourcemia/000000563500/000000563661.pdf> (consultado el 10 de abril de 2020).

PSOE. (2014, del 7 de julio). Debate entre los candidatos a la Secretaría General del PSOE. [Archivo de vídeo]. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=uOwZHE7Vy1g> (consultado el 24 de abril de 2020).

PSOE (2014, del 14 de julio). Discurso de Pedro Sánchez tras su victoria en la consulta para la elección del Secretario General. [Archivo de vídeo]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=m7V-eEfwrhI> (consultado el 25 de abril de 2020).

PSOE (2014). *Discurso de Pedro Sánchez en el Congreso Extraordinario del PSOE*. <https://www.psoe.es/>. Disponible en: <http://web.psoe.es/source-media/000000599000/000000599131.pdf> (consultado el 24 de abril de 2020).

PSOE (2015). *Estatutos Federales del 38 Congreso Federal del PSOE*. <https://www.psoe.es/>. Disponible en: <http://www.psoe.es/media-content/2015/04/Estatutos-Federales-38-Congreso-Federal-PSOE.pdf> (consultado el 19 de abril de 2020).

PSOE (2016, del 12 de junio). El 26 de junio te mereces un sí. [Archivo de vídeo]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=-FrjyosuInE> (consultado el 3 de mayo de 2020).

PSOE (2017). *Discurso de clausura del secretario general Pedro Sánchez*. <https://www.psoe.es/> Disponible en: <https://www.psoe.es/media-content/2017/06/Pedro-S%C3%A1nchez-clausura-39-Congreso-180617.pdf> (consultado el 10 de mayo de 2020).

PSOE (2018). *Discurso de Pedro Sánchez en el debate de la Moción de Censura contra el Gobierno de Mariano Rajoy*. <https://www.psoe.es/>. Disponible en: <https://www.psoe.es/media-content/2018/05/DISCURSO-PS.pdf> (consultado el 11 de mayo de 2020).

Ramírez Angarita, C. y Santos Gutiérrez, C. R. (2018). Consideraciones teórico-metodológicas del mito como vía de comprensión e integración cultural. *Praxis & Saber*, 9(20), 41-74. DOI: <https://doi.org/10.19053/22160159.v9.n20.2018.8295>

Ramos, S. y de Ramos, A. P. (1951). *El perfil del hombre y la cultura en México*. Buenos Aires: Espasa Calpe.

Ricoeur, P. (2000). Narratividad, fenomenología y hermenéutica. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 5, 189-207. Disponible en: <https://ddd.uab.cat/record/801>

Rodríguez Vidales, Y. y Padilla Castillo, G. (2018). El cine político puro: la ficción como inspiración/reflejo de la espectacularización política. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 45, 15-42. DOI: <http://doi.org/10.15198/seeci.2018.45.15-42>.

Salmon, C. (2010). *Storytelling, la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Península.

Sánchez, P. (2019). *Manual de resistencia*. Barcelona: Ediciones Península.

Saracino, P. E. (2013). La rebeldía ante la figura de autoridad en el relato fundacional del condado de Castilla. *Olivar*, 14(19), 1-24. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.6186/pr.6186.pdf

Serrano, A. y Miranda, A. (2017). Érase una vez... la Nación Arcoíris: construcción de un mito de unidad nacional en la Sudáfrica *postapartheid* a partir de la ejecución de un dispositivo ritual extendido. *Papel Político*, 22(2), 451-485. DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.papo22-2.enac>

Sorel, G. (1908). *Reflexiones sobre la violencia*. Madrid: Alianza Editorial.

Souroujon, G. (2013). Mito político, rito y utopía. Límites conceptuales y zonas grises. *Fragmentos de Filosofía*, 2, 121-142.

Telemadrid (2016). *Pedro Sánchez dimite: "Ha sido un orgullo y un honor"*. [www.telemadrid.es](http://www.telemadrid.es/noticias/nacional/Pedro-Sanchez-dimite-orgullo-honor-0-1835216461--20161001101723.html). Disponible en: <http://www.telemadrid.es/noticias/nacional/Pedro-Sanchez-dimite-orgullo-honor-0-1835216461--20161001101723.html> (consultado el 4 de mayo de 2020).

Tenorio, E. H. (2011). Critical discourse analysis, an overview. *Nordic journal of English studies*, 10(1), 183-210.

Torres, C. (2019). *Instinto de poder*. Madrid: La Esfera de los Libros.

Torres, M. C. (2012). De la crítica al mito político al mito político como crítica. *Fragmentos de filosofía*, 10, pp. 53-67. Disponible en: http://institucional.us.es/revistas/fragmentos/10/art_3.pdf (consultado el 20 de mayo de 2020).

Van Leeuwen, T. (2009). “Discourse as the Recontextualization of Social Practice: A Guide”. En Ruth Wodak and Michael Meyer (eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: pp. 144-161. DOI: <http://dx.doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195323306.003.0001>

Vilar, P. y Folch, M. D. (1980). *Iniciación al vocabulario del análisis histórico*. Barcelona: Crítica.

Vogler, C. (2002). *El viaje del escritor*. Teià: Ediciones Robinbook.

8. ANEXOS

8.1. SIGLAS Y ACRÓNIMOS

CIS: Centro de Investigaciones Sociológicas.

DUI: Declaración Unilateral de Independencia.

EH BILDU: Euskal Herria Bildu.

ERC: Esquerra Republicana de Catalunya.

ETA: Euskadi Ta Askatasuna.

Daesh: al-Dawla al-Islamiya al-Iraq al-Sham. Acrónimo en árabe de Estado Islámico de Irak y Levante.

IU: Izquierda Unida.

PDeCAT: Partido Demócrata Europeo Catalán.

PNV: Partido Nacionalista Vasco.

PSC: Partido de los Socialistas Catalanes.

PSOE: Partido Socialista Obrero Español.

PP: Partido Popular.

TFG: Trabajo de Final de Grado.

8.2. GLOSARIO

Alteridades mediadoras. En términos de Marc Augé, las alteridades mediadoras son las concepciones que tienen un grupo social distinto al nuestro sobre el propio. Éstas sirven para reconocer la diferencia entre ambos.

Barones. En la idiosincrasia del PSOE, se les llama a barones a aquellos líderes territoriales socialistas que gobiernan en las distintas comunidades autónomas. Más recientemente se realiza un uso extensivo a aquellos líderes que no gobiernan.

Brexit. Se dice del proceso por el cual Reino Unido abandona la Unión Europea tras realizarse un referéndum acerca de la continuidad de éste. En este documento viene a colación del papel que el populismo jugó en el voto de los ciudadanos.

Cámara Baja. En España se aduce al Congreso de los Diputados. El Parlamento español está formado por dos cámaras: Cámara Baja, Congreso y Cámara Alta, Senado.

Caverna de Platón. Mito platónico que describe el proceso del hombre de ignorante a convertirse en libre, en filósofo.

Comisión Ejecutiva Federal. Órgano de facultades ejecutivas del PSOE. Entre sus funciones destacan: la aprobación de la documentación política, la vigilancia de las acciones que toman los representantes socialistas en las instituciones y también se encarga del día a día de la formación.

Comisión Permanente. Se trata de un órgano de facultades gestoras dentro de la Comisión Ejecutiva Federal.

Comité Federal. Es un órgano de carácter legislativo y es el de más alta instancia entre Congresos Federales. Entre sus funciones se encuentran: dirección de la política de la formación, gestiona la Comisión Ejecutiva Federal, aprueba y ratifica las listas electorales de corte nacional, convocatoria de los Congresos y Conferencias, así como la autoridad para convocar primarias o elegir al candidato o candidata a la Presidencia del Gobierno.

Congreso Federal. Es el órgano de mayor autoridad del PSOE y su celebración se produce en periodos que abarcan de tres a cuatro años. Entre sus facultades destacan: determinar que línea política toma la formación, la estrategia que se va a desarrollar y los principios que articulará la organización. Además, éste elige al secretario o secretaria general y a los organismos anteriormente mencionados.

Durkheimiano. Relativo a Emile Durkheim, sociólogo y filósofo de nacionalidad francesa perteneciente a los siglos XIX y XX. Contribuyó a la sociología con sus obras relativas al trabajo, la sociedad o el suicidio.

Escuela de Frankfurt. Conjunto de filósofos que desarrollaron su trabajo más reconocido en torno a la influencia que ejercía la industria cultural en la dominación ideológica de las masas.

Globalización. Proceso que se ha desarrollado con mayor virulencia en los últimos 50 años que consiste en la integración global de las actividades económicas, comunicativas, sociales, políticas, tecnológicas, etc.

Geringonça. En términos de la política en Portugal, se dice del gobierno formado en 2015 por el Partido Socialista portugués, el *Bloco de Esquerdas* y el Partido Comunista portugués.

Gestora. En términos relativos al PSOE, se trata de un órgano que ejerce las funciones ejecutivas en periodos donde la Secretaría General del PSOE o de sus federaciones se encuentra vacante. Su mandato expira con la elección del nuevo secretario o secretaria general.

In saecula saeculorum. Locución latina que significa ‘por los siglos de los siglos’.

Minuto de oro. Se dice del minuto final exacto que tienen los candidatos en los debates para dirigirse a los electores.

Moncloa. Residencia oficial del presidente del Gobierno de España.

Politainment. Técnica de la comunicación política donde la política adquiere elementos del entretenimiento y constituye una espectacularización de la misma. Se da en mayor medida en la televisión.

Primarias. Proceso electoral de un partido por el cual se elija al líder de la formación.

Soreliano. Relativo a Georges Sorel, filósofo de nacionalidad francesa perteneciente a los siglos XIX y XX. Fue conocido por su aportación filosófica acerca del sindicalismo y el movimiento obrero.

Sorpasso. En términos políticos, proceso por el cual un partido obtiene mayor representación o votos durante un proceso electoral que otro de igual o similar corriente ideológica.

Spot. Video electoral para promocionar y fomentar el voto al partido o candidato que lo realiza.

Statu quo. Locución latina que significa ‘lo establecido en un determinado momento’.

Storytelling. Técnica de la comunicación política por la cual un candidato ofrece un relato personal para explicar una situación general con el objetivo de generar emociones en quienes le escuchan.

Target. Término relativo al mundo publicitario que se define como el objetivo a alcanzar e influenciar.

Trama Gürtel. Investigación contra la corrupción para perseguir delitos relativos a la financiación irregular y la contratación de empresas a cambio de sobornos llevada a cabo por el Partido Popular. Principalmente en las comunidades de Madrid y Valencia.

Transmedia. Se dice del tipo de relato que se divide por distintos medios de comunicación y que se expande por dichos canales.

8.3. TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Pedro Sánchez realiza la réplica de su primera pregunta oral en el Congreso.	41
Ilustración 2: Pedro Sánchez en el debate de 2014.	43
Ilustración 3: Pedro Sánchez realiza su primera intervención como líder de la oposición.	52
Ilustración 4: Pedro Sánchez en su proclamación como candidato a la Presidencia del Gobierno.	56
Ilustración 5: Pedro Sánchez en su discurso de proclamación.	57
Ilustración 6: Fragmento del spot "Nos une Pedro".	58
Ilustración 7: Fragmento del spot: "Un proyecto de futuro para la mayoría".	59
Ilustración 8: Pedro Sánchez en el spot: "Un futuro para la mayoría".	60
Ilustración 9: Fotograma de Pedro Sánchez en el spot.	63
Ilustración 10: Pedro Sánchez renuncia a su acta de diputado.	71
Ilustración 11: Pedro Sánchez en el balcón de Ferraz celebrando la victoria en las primarias.	79
Ilustración 12: Pedro Sánchez entrando en el 39º Congreso Federal.	81